Tablero de disertaciones

ARGUMENTANDO SE ENTIENDE LA GENTE

Michael A. Gilbert

Rectoría General
Itzcóatl Tonatiuh Bravo Padilla

Vicerrectoría Ejecutiva
Miguel Ángel Navarro Navarro

Secretaría General
José Alfredo Peña Ramos

Rectoría del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas
José Alberto Castellanos Gutiérrez

Coordinación del Corporativo de Empresas Universitarias
José Antonio Ibarra Cervantes

Dirección de la Editorial Universitaria
Sayri Karp Mitastein

Gilbert, Michael A., autor
Argumentando se entiende la gente / Michael A. Gilbert ; tr. Fernando Leal Carretero. -- 1a ed. – Guadalajara, Jalisco : Editorial Universitaria : Universidad de Guadalajara, 2017.
Traducción de: Arguing with people

ISBN 978 607 742 883 1

1. Razonamiento. 2. Discusión 3. Debate
I. Leal Carretero, Fernando, traductor II. t.

169 .G46 CDD
BC177 .G46 LC

Primera edición electrónica en español, 2017

Título original en inglés
Arguing with people
© 2014, Michael Alan Gilbert
D.R. © 2014, Broadview Press

Traducción
© 2017, Fernando Miguel Leal Carretero

Coordinación editorial
Sol Ortega Ruelas

Corrección
Jorge Orendáin
Juan Felipe Cobián

Diseño y diagramación
J. Daniel Zamorano Hernández

D.R. © 2017, Universidad de Guadalajara

EDITORIAL UNIVERSITARIA

Editorial Universitaria
José Bonifacio Andrada 2679
Colonia Lomas de Guevara
44657 Guadalajara, Jalisco

www.editorial.udg.mx
01 800 UDG LIBRO

ISBN 978 607 742 883 1

Noviembre de 2017

Hecho en México
Made in Mexico

Se prohíbe la reproducción, el registro o la transmisión parcial o total de esta obra por cualquier sistema de recuperación de información, existente o por existir, sin el permiso previo por escrito del titular de los derechos correspondientes.

Para mi reina, Diane Guité Gilbert

y mi princesa, Emma Alison Wymant

Sólo la existencia de una argumentación,

que no sea ni represiva ni arbitraria,

le otorga un sentido a la libertad humana,

condición de ejercicio de una elección razonable.

(Perelman y Olbrechts-Tyteca 1958, Conclusión)

Nota del traductor

Prefacio del autor a la traducción

Agradecimientos

Introducción

Parte 1. Todo sobre los argumentos

1.1 Acerca de los argumentos

1.2 Las etapas de una discusión (argumentación)

1.3 Tipos de argumentación

1.4 Polémica vs. discusión

Parte 2. Todo sobre los argumentadores

2.1 ¿Con quién discutimos?

2.2 Modos de argumentar

2.3 Coalescencia

2.4 Ser discutidor y ser agresivo

2.5 Género y argumentación

Parte 3. Argumentando se entiende la gente

3.1 Heurística, ethos, auditorio

3.2 Contemplemos el proceso

3.3 Lo más importante que debes creer

3.4 Las reglas

3.5 Argumentación coalescente

3.6 Argumentar bien

3.7 La teoría en acción

3.8 Últimas palabras

Ejercicios

Lecturas recomendadas

Bibliografía

Este libro del profesor Michael Gilbert, prestigiado teórico canadiense de la argumentación, fue escrito con un lenguaje sencillo y directo en el original, y yo he tratado de duplicar, no siempre quizá con éxito, estas cualidades en la traducción al español que el lector tiene en sus manos. Con todo, no está de menos advertir sobre algunos puntos que podrían causar algún alzamiento de cejas.

Comencemos por el principio, el título mismo de la obra original: Arguing with People. La traducción literal sería “Argumentar con gente” o incluso con el gerundio, gramaticalmente poco correcto, “Argumentando con gente”. El propósito del título es hacer notar que muchos teóricos de la argumentación, consciente o inconscientemente, tienden a excluir los aspectos más usuales, típicos y cotidianos de las discusiones entre personas de carne y hueso, mientras que este libro busca todo lo contrario. Sin embargo, la traducción literal no parece indicar en español, con la misma claridad, lo que pretende el profesor Gilbert. Como, por otro lado, el verbo hablar en el proverbio “hablando se entiende la gente” tiene precisamente el sentido de argumentar, le expliqué al autor ese proverbio y la manera como lo usamos los hispanohablantes, y entonces estuvimos de acuerdo en que, con el debido cambio, el proverbio representaba muy bien el propósito del título en el texto original en inglés y de paso se mantenía, sin necesidad de atentar contra la gramática del español, el sentido dinámico del gerundio.

Pasando al texto mismo del libro, el profesor Gilbert habla desde la primera línea de su introducción, y después en repetidas ocasiones a lo largo del libro, de áreas de estudio llamadas “pensamiento crítico” y “lógica informal”, las cuales son bastante populares en el mundo anglosajón. Esos rubros se refieren a cursos impartidos en el bachillerato y la licenciatura, talleres con profesionistas y otros adultos interesados, y libros de texto abundantes en aquellos países, pero no en los nuestros. De hecho, la frase “pensamiento crítico” en nuestro medio está asociada a un cierto pensamiento de izquierdas mucho más que a la discusión de la estructura de los argumentos, la utilización de estadísticas en los medios de comunicación o la identificación de falacias. En los países de habla hispana este tipo de cursos probablemente se ofrecerán más bajo rubros como “lógica”, “análisis del discurso”, “evaluación de textos” o “argumentación”. Con todo, no se trata de tradiciones idénticas, por lo que algunas alusiones del profesor Gilbert

resultarán algo opacas. No veo manera de resolver esto sin afear un texto límpido con estorbosas y pedantes notas a pie de página.

En segundo lugar, tenemos una gran cuestión terminológica: nada menos que las dos palabras centrales del libro, el substantivo argument y el verbo correspondiente to argue. La forma más fácil de traducir estas palabras sería a través del substantivo argumento y el verbo argumentar (ya no argüir, que muchos considerarían un arcaísmo). Sin embargo, las palabras argument y to argue en inglés tienen, vistas desde el español, una curiosa ambigüedad, o incluso varias.

Por un lado, en la vida ordinaria y el habla de todos los días las palabras argument y to argue suelen significar discusión y discutir, incluso con la connotación que tienen —en el español de México al menos— las palabras pleito y alegar, respectivamente. De hecho, el adjetivo argumentative es utilizado en psicología social (véase §2.4 de este libro) en el sentido en que se usan las palabras discutidor y alegón, es decir para referirnos a las personas que gustan de discutir, inclusive por el puro placer de hacerlo.

En cambio, en el habla académica, el substantivo argument puede significar sea argumentación (es decir, la actividad cuyo producto son los argumentos), sea argumento (esos productos mismos, en tanto objetos posibles de análisis y evaluación). Por su parte, el verbo to argue, cuando se lo usa en contextos académicos, no va nunca a significar otra cosa que argumentar (o argüir en el español de antaño).

Insisto en este punto por la sencilla razón de que la mayoría de la literatura sobre teoría de la argumentación (y áreas afines como la retórica, la lógica formal e informal y el pensamiento crítico) está en lengua inglesa, con lo cual esta múltiple ambigüedad ha generado en el ámbito anglosajón discusiones y distinciones que en este libro se retoman (§1.1). Como en español no sufrimos de esta ambigüedad, la solución más sencilla sería eliminar toda discusión de este punto; pero como confío en que los lectores de este libro se interesen por leer la literatura en inglés sobre el tema, me pareció conveniente dejarla como está, añadiendo nada más aquí y allá algunas cosas que no están en el libro original, pero que el profesor Gilbert me autorizó a incluir.

Y ya que hablamos de términos, aprovecho para mencionar brevemente la palabra claim. Esta palabra, de origen legal, fue adoptada por el filósofo

británico Stephen E. Toulmin, pionero de la teoría de la argumentación, para designar lo que en lógica llamamos la “conclusión” de un argumento. Aquí traduzco claim uniformemente por “punto de vista”, que tiene en español la amplitud requerida: todo aquello que una persona sostiene y para lo cual puede ofrecer razones o argumentos en caso de que así se le pida. La frase “punto de vista” me parece, por cierto, más pertinente que las palabras “tesis”, “postura” o “posición”, las cuales resultan demasiado secas y académicas para el tipo de discusiones cotidianas que el profesor Gilbert mayormente discute en su libro.

Por razones culturales, y a petición del autor, he substituido todos los nombres propios de los personajes ficticios que discuten en las páginas de este libro, así como otras referencias a lugares, empresas o deportes que aparecen de tanto en tanto.

Un aspecto estilístico que me causó un poco de dolor de cabeza es que el autor se dirige muy a menudo al lector (de hecho, lo hace desde la primera línea) en segunda persona y por cierto en tono familiar, algo que en español sólo lo vemos en libros de texto u obras de divulgación para niños. Al principio, y obedeciendo los cánones del español escrito, di en substituir todas esas formas por las frases “el lector” o “los lectores”, obviamente en tercera persona. Sin embargo, muy pronto advertí que el estilo directo y personal del autor se veía afectado por este prurito mío. Recordando entonces el juicio de Ortega y Gasset de que el buen traductor debe dejar ciertos usos del original intactos a fin de recordar al lector el hecho penoso de que está leyendo una traducción, discutí el asunto con el profesor Gilbert, quien se acogió inmediatamente a la autoridad del gran filósofo español. Espero que lo desusado de esta manera de interpelar al lector no sea vista como falta de respecto por parte del autor, sino más bien como un guiño de amistad y complicidad.

Finalmente, y con el permiso del profesor Gilbert, he añadido algunos títulos en español a las referencias bibliográficas del original a fin de hacer el libro más útil a nuestros lectores. Agradezco a mis estudiantes, Celina Arredondo Rubio, Cicerón Muro Cabral y Adriel Hernández Guzmán, el haberse tomado el tiempo para leer esta traducción y sugerir correcciones que estoy seguro ayudan a acercarla más a los lectores hispanohablantes.

Fernando Leal Carretero

Departamento de Estudios en Educación

Universidad de Guadalajara

Estoy encantado con el hecho de que mi libro Argumentando se entiende la gente (Arguing with People) aparezca en traducción al español. Paso mucho tiempo en México y disfruto mucho hablando con los estudiantes y colegas mexicanos acerca de la teoría de la argumentación y mis ideas sobre ella. Espero que el tener acceso a esta traducción haga crecer a mi público y aumente el interés en un campo tan importante. En un mundo lleno de malentendidos, miopía y estrechez mental, la argumentación —llamésela discusión, debate o disputa— es lo que puede guiarnos hacia el consenso y hacia conclusiones sensatas. La única manera de evitar errores, sean ellos factuales o morales, es por el camino de una discusión abierta, abarcadora y cooperativa.

Quiero agradecer a Stephen Latta de la editorial Broadview el haberme conseguido los derechos para la traducción de este libro. Pero sobre todo quiero agradecer al profesor Fernando, el traductor. No fue un libro fácil de traducir y el profesor Leal tuvo sus problemas en varios puntos. El más fundamental es la diferencia que hay entre la lengua inglesa y la española respecto de los significados de la palabra clave: to argue. Es una palabra mucho más amplia en inglés y cubre tanto argumentar como discutir. El profesor Leal, como habrán leído en la nota del traductor, siendo un investigador escrupuloso, luchó con este problema, y él y yo lo discutimos largamente. Con él, un colega estimado y sobre todo un querido amigo, estoy profundamente en deuda.

Michael A. Gilbert

Ajijic, Jalisco, México

Abril de 2017

Este libro es un acto de piratería. He pirateado ideas de algunas de las mentes más brillantes y mejores con que me he topado en mis más de cuarenta años de trabajo académico. Si se halla algo bueno aquí, el crédito es de ellas. Si no, eso se debe entonces a mi incapacidad de comunicar sus ideas. Si bien la lista de aquellos cuya obra me ha influenciado es muy larga, quiero destacar a unos pocos que tuvieron un impacto especialmente grande. Quiero agradecer, en primer lugar, a Charlie Willard, quien me animó a regresar al mundo de los congresos a pesar de las amargas experiencias anteriores. Quiero también agradecer a Ralph Johnson y Tony Blair, quienes me dieron la bienvenida como colega incluso cuando estaban en desacuerdo conmigo, lo que ocurrió a menudo. Frans van Eemeren y el fallecido Rob Grootendorst toleraron mi crítica de su maravillosa obra en un tiempo en que, para mí, tal crítica era una manera de encontrar mi propio camino. Mis agradecimientos también para Christopher Tindale, Leo Groarke, Hans Hansen, Dale Hample, Harvey Siegel, Sharon Bailin, Claudio Duran, Daniel Cohen, David Godden, Chris Reed, y muchos otros.

Quiero extender el agradecimiento a mi departamento en la Universidad de York, así como a la misma universidad por haberme concedido un financiamiento puntual y una licencia para ayudarme a redactar el libro. Me beneficié grandemente también de una beca ordinaria del Consejo de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades del gobierno de Canadá, la cual me permitió viajar y participar en muchos congresos valiosos. Mis estudiantes en York, especialmente los de mis seminarios de cuarto año, a lo largo de los últimos años leyeron borradores del manuscrito y tuvieron a menudo sugerencias meditadas y útiles: gracias a todos ustedes. Los dictaminadores que Broadview Press utilizó tanto en las etapas tempranas de la propuesta como del manuscrito más tarde fueron cuidadosos y reflexivos, y me proporcionaron muchas sugerencias e ideas valiosas. Otro tanto vale de Bob Martin, quien hizo el trabajo final de edición con paciencia y comprensión del tema. Gracias, por supuesto, para Stephen Latta, editor de la Sección de Filosofía en Broadview, quien vio lo valioso y único del proyecto.

Muchos de mis amigos me ayudaron leyendo el manuscrito y dándome apoyo moral en tiempos de tensión y duda. Gracias a los Goofy Guys: Alan, Alex, Andrew, Mike, Peter, y Simon mi gramático. Agradezco a Jack Malick por estar

allí para mí, y especialmente a Dodie Richman, quien tuvo el trabajo nada envidiable de ser mi muro de las lamentaciones, una tarea que manejó con afecto y finura. Por encima de todo quiero agradecer a mi amada Diane, mi reina, quien toleró mis distracciones y ansiedades además de ser lectora y escucha atenta. Con ella estuvo también mi princesa Emma, quien también padeció el proceso. Sin ellas no habría podido hacerlo, y probablemente tampoco lo habría querido hacer.

A los escritores se les pregunta a menudo: ¿Cuánto tiempo le tomó escribir el libro? Aunque mis respuestas varían, se reducen todas a la misma. En este caso, la respuesta es 68 años, y gracias a todos los que me ayudaron en el camino.

Michael A. Gilbert

Toronto

2013

El curso de Razonamiento Crítico que tomaste en la prepa o la universidad en forma de taller es probablemente el más importante y útil que habrás tenido. En mis cuarenta años de profesor universitario los estudiantes que me buscan para saludarme invariablemente mencionan el curso de Razonamiento Crítico que tomaron conmigo como el más útil y relevante en su educación post-secundaria. Este libro se dirige a dos públicos. Por un lado, busca ser una lectura extra o adicional a cursos de Pensamiento o Razonamiento Crítico. Pero, por otro lado, también quiero tomar los desarrollos y avances de la teoría de la argumentación actual y ponerlos a disposición de las numerosas personas cuyas ocupaciones e intereses los involucran diariamente en discusiones y argumentaciones. En resumen, este libro va para todo aquel que se interese en mejorar y ampliar sus habilidades argumentativas.

Los cursos de Pensamiento Crítico, tengan el nombre que tengan, te dan información esencial para orientarte y avanzar en tu vida. La habilidad de reconocer argumentos y estructuras argumentativas, de comprender el concepto de validez, de evaluar la fuerza de un argumento, son todas competencias que utilizarás en cualquier carrera y aspecto de tu vida. La razón es simple: avanzamos todo el tiempo mediante desacuerdo, controversia, discusión y toma de decisiones: siempre estamos argumentando, discutiendo, aclarando, disintiendo, explorando, poniendo a prueba, preguntándonos y, en términos generales, tratando de hallarle sentido a un mundo denso y confuso. Por todas estas muy puntuales razones, el pensamiento crítico es un campo vital.

Este no es un libro de texto de Razonamiento Crítico, pero es el siguiente paso significativo para hacerse competente y hábil en comprender y negociar los desacuerdos. Su propósito es llenar una laguna que dejan los cursos tradicionales de Razonamiento Crítico mediante la introducción de materiales que se han desarrollado en los últimos cincuenta años en el campo conocido como Teoría de la Argumentación. Este campo es interdisciplinario y se nutre primordialmente de la lógica informal, el pensamiento crítico, la lingüística, el análisis del discurso, la teoría de la comunicación, la retórica y la psicología social.

La diferencia esencial entre la teoría de la argumentación y el pensamiento crítico tradicional es que la teoría de la argumentación se ocupa del desacuerdo y de la argumentación tal como ella ocurre entre personas reales en situaciones

reales. El pensamiento crítico, con su enfoque en la estructura de los argumentos y en su evaluación, por fuerza toma sus ejemplos y objetos de estudio de los argumentos estáticos y no interactivos que aparecen en editoriales, cartas al editor y ensayos. Examinar estos argumentos y aplicar a ellos reglas y evaluación del pensamiento crítico es un componente crucial a la hora de incrementar tu conciencia de los argumentos. Si tomas un curso de éstos, pasarás una gran cantidad de tiempo a lo largo de los años leyendo argumentaciones y escuchando discursos para decidir si los aceptas o rechazas. Sin embargo, estoy convencido de que las argumentaciones dialógicas, es decir, las que tienen lugar en discusiones entre personas, es donde la mayoría de nuestras opiniones se forman y moldean. Ciertamente hay ejemplos de argumentaciones dialógicas en cursos de Pensamiento Crítico que aparecen en algunos libros de texto, pero es difícil crear artificialmente un tipo de situación en que se puedan aplicar las reglas y el análisis que los cursos de Pensamiento Crítico exigen.

Trabajar con argumentaciones reales y comprenderlas al hilo de disputas que ocurren espontáneamente requiere un enfoque que incluye a los libros de texto de Pensamiento Crítico, pero va más lejos. La mayoría de los ejercicios en este libro, por ejemplo, son interacciones semi-estructuradas con un interlocutor. Dicho de otra manera, para aprender a entender y negociar argumentaciones activas tú tienes que emprenderlas activamente. Esto es, sin duda, algo que hacemos todo el tiempo en nuestras vidas. La diferencia con esta experiencia ordinaria es que aquí estarás además prestando atención a ciertos aspectos durante el curso de la discusión. Los ejercicios de este libro no son fáciles, ya que para resolverlos hay que ser participante y observador al mismo tiempo. Los reportes que presentes acerca de estos ejercicios pueden ser evaluados para ver hasta dónde prestaste la atención debida a los argumentos que has creado, hasta dónde escuchaste y comprendiste los argumentos de la contraparte, hasta dónde te hiciste consciente de las reglas y evaluación de pensamiento crítico que se aplican a cada caso y fuiste capaz de analizar cómo se siguieron las reglas y lineamientos que esta obra expone.

Este libro tiene tres partes. La parte 1 se ocupa de qué son los argumentos (discusiones), de cuántos tipos hay, y cómo necesitamos ajustar nuestras metas y expectativas dependiendo de estos factores. Tú ya sabes de premisas y conclusiones y esquemas argumentativos; y todo eso es importante. Pero probablemente no se te han enseñado todavía la diferencia entre argumentos lógicos y emocionales, o la distinción entre argumentos clínicos y caóticos. La parte 1 introducirá una serie de ideas y técnicas que son básicas en la teoría de la

argumentación, de forma que saques ventaja de ellas.

En la parte 2 discutimos con quién argumentamos y cómo los participantes, el lugar y el contexto alteran o modifican el proceso. Todos conocemos gente a la que le gusta discutir y gente que lo evita por todos los medios, pero tú tienes que saber qué significan esas características y cómo influyen y deben influir en la manera en que transcurre un argumento. En esta sección te familiarizarás con el papel que en la comunicación interactiva juegan el poder, las relaciones, el género y otros factores personales y físicos.

Finalmente, en la parte 3, aprenderás cómo argumentar y cómo determinar las reglas que están en juego. Te familiarizarás con las técnicas y estilos argumentativos, así como con las reglas y convenciones que controlan la argumentación. Aquí retomamos lo dicho en las partes 1 y 2 y vemos cómo nos puede guiar en la manera de proceder en una discusión o argumentación particular.

Siempre que estudias un tema —no importa si es sobre sistemas de gestión, reparación de autos o gramática francesa— necesitas simplificarlo y construir un modelo manejable que sea posible analizar, dividir en partes y examinar. El modelo se construye con el fin de comprender la realidad que representa, pero es esencial recordar que el modelo es justo eso: una simplificación, y que el todo es más rico y complejo. Aquí también es importante entender que el libro se divide en tres secciones, pero no así la argumentación. Cuando argumentas, todo ocurre al mismo tiempo, y tratar de seguirle la pista a todo lo que pasa no es poca cosa. Cuando argumentas, necesitas razonar, evaluar la fuerza de los argumentos, la relevancia y aceptabilidad de las premisas, no perder de vista los objetivos de las personas, ser sensible a sus emociones, permanecer en el momento presente, y escuchar con cuidado y todo eso al mismo tiempo. Esto puede requerir una gran cantidad de energía mental, de forma que no hay que sorprenderse si resulta a veces fatigoso.

Recuerda también que, cuando hablamos de argumentos y discusiones, nos referimos a todos los tipos. Como expliqué en mi libro How to Win an Argument (Cómo ganar una discusión), “Una discusión (argument) es cualquier desacuerdo, desde la discusión (discussion) más cortés hasta el pleito más ruidoso”. En las culturas canadiense y estadounidense el término argument se usa a menudo para indicar algo negativo, mientras que el término discussion connota algo positivo. Habrá momentos en que cuidemos el tono emocional de

nuestros desacuerdos, pero cuando tratamos de argumentos y discusiones en general, tenemos la intención de cubrir todos los casos sin importar cuán tranquilos o cargados de emoción sean ellos. Vale la pena notar también que los estilos de argumentación y discusión varían mucho de una cultura a otra. Para algunas culturas cualquier desacuerdo es considerado descortés y algo que hay que evitar, mientras que en otras culturas disentir y discutir de forma vehemente pertenece a la vida ordinaria. Vale la pena prestar atención a estas cosas cuando consideramos el contexto de un argumento o una discusión.

Una última palabra antes de saltar con ambos pies al terreno de la argumentación. Este libro se nutre ampliamente del trabajo de muchos investigadores recientes en teoría de la argumentación. Algunos serán mencionados por su nombre y nuestro estudio incluirá puntos clave de sus teorías, mientras que la obra de otros investigadores no se identificará directamente. Es importante entender que todos los investigadores en teoría de la argumentación han hecho contribuciones que nos han llevado al punto en que es posible intentar una empresa como la de Argumentando se entiende la gente. La investigación y los hallazgos no son nunca función de unas pocas mentes, sino el resultado de una multitud de aportes, exploraciones, correcciones, debates y de compartir ideas. Todos los investigadores en este campo han hecho de la marcha hacia delante de la teoría de la argumentación el éxito que creo ha resultado. Finalmente, permítaseme anotar que algunas de las tesis que propondré, tal vez incluso muchas de ellas, son controvertibles y no todos los estudiosos de la teoría de la argumentación estarán de acuerdo conmigo. Adopto yo un enfoque particular y el alcance de este libro no me permitirá siempre mostrar todos los ángulos ni todas las posiciones. Lo que aquí encontrarás, y lo que espero aprenderás de este libro, es mi teoría y yo soy el único responsable de cualquier debilidad o error que contenga. Hay otras perspectivas distintas a la mía y para conocerlas confío en que te remitas al apéndice de lecturas recomendadas.

Para concluir, si quisieras saber más del pensamiento crítico, te invito a asomarte a mi libro How to Win an Argument, publicado por University Press of America; es fácil y divertido. Y si quieres más sobre teoría de la argumentación, puedes consultar Coalescent Argumentation, publicado por Lawrence Erlbaum, que es más difícil, pero se deja leer.

PARTE 1

TODO SOBRE LOS ARGUMENTOS

En esta parte te familiarizarás con el amplio rango de cosas que llamamos "argumento" o "discusión" y apreciarás la latitud de uso de estos términos. Verás que los argumentos se despliegan en etapas y que es importante ser consciente de en qué etapa te encuentras. Te darás cuenta de que diferentes tipos de argumento requieren actitudes diferentes y exigen enfoques diferentes. Finalmente, se discutirá la diferencia entre (1) argumentar o discutir, (2) soltar discursos, y (3) todos aquellos casos en que simplemente no sabe uno qué hacer.

Un problema interesante en teoría de la argumentación tiene que ver con las palabras mismas que usamos para referirnos a los diversos fenómenos que queremos estudiar. En inglés la palabra más usada es argument, la cual puede a veces traducirse por “argumento”, pero a veces significa más bien “discusión” e incluso “pleito”. Eso ha llevado a que los teóricos de habla inglesa hagan distinciones que no siempre es fácil reproducir en nuestra lengua (o en las demás lenguas europeas). Nótese, para empezar, que cuando hablamos de “argumento” en español nos referimos a una cosa, un objeto, o mejor dicho un producto, justamente el producto de la acción de argumentar, o lo que resulta de esta acción. En cambio, cuando hablamos de “discusión”, ya no se diga “pleito”, nos referimos más bien a una interacción, un intercambio dinámico entre dos o más personas, o mejor dicho un proceso. Nótese también que la palabra “argumentación” en español tiene una ambigüedad parecida a la de la palabra argument en inglés, en el sentido de que puede designar tanto el producto de una acción como también esta acción misma. Pero aún en este caso, la palabra “argumentación” nunca tiene en español el significado de “pleito”, que sí puede tener en inglés.

Ahora bien, si lo que tienes es un producto, lo que normalmente llamamos un argumento, entonces te será posible tratarlo como un objeto que puedes examinar y dividir en partes; es un objeto que típicamente tendrá componentes tales como las razones (o premisas) y el punto de vista (o conclusión). En este sentido, un argumento es un artefacto, algo que puede usarse en diferentes circunstancias y con personas diferentes.

Son muchos los ejemplos de argumentos en el sentido de productos. Algunos de ellos son muy conocidos, como el primero de los siguientes, que es tal vez el argumento más famoso de todos los tiempos:

[1] Los hombres son mortales; Sócrates es hombre; luego, Sócrates es mortal.

[2] —¿Quieres pescado para la cena de esta noche?

—No. Ya comimos pescado anoche y no quiero lo mismo dos noches seguidas.

[3] —No tomes el Periférico. A esta hora del día está realmente repleto y te tomará muchísimo tiempo.

Cada uno de estos ejemplos es un producto fácilmente identificable. Puedes ver que un argumento en este sentido no tiene por qué ser algo tieso y formal, como [1]. Los productos a menudo están incompletos, lo cual constituye una forma de argumentar que solemos llamar un entimema, que es el nombre pedante para un argumento al que le falta una premisa o la conclusión. Así, el ejemplo [2] podría haberse hecho igualmente sin explicitar la conclusión:

[2a] —¿Quieres pescado para la cena de esta noche?

—Ya comimos eso anoche.

En [2a] el punto de vista se deja implícito, algo que ocurre con muchos argumentos. Así pues, uno de los usos del término argument en inglés, y el único que tiene “argumento” en español, es para designar un conjunto formado por las razones y por la conclusión, sean o no explícitas.

Cuando en inglés decimos the argument (“el argumento

X

”) o that’s a strong argument (“ese es un argumento fuerte”) o that argument won’t stand up to scrutiny (“si examinamos con cuidado este argumento, veremos que no se sostiene”), es probable que estemos hablando de productos; pero a veces decimos cosas como they had a good argument (“tuvieron una buena discusión”) o Carol and Juan had a really bad argument last night (“Carol y Juan tuvieron un pleito horrible anoche”). Nótese que la expresión inglesa en este caso es to have an argument, “tener una discusión” o incluso “tener un pleito”. En este sentido, claramente lo que tenemos es un proceso. Se trata de un

proceso que tiene lugar entre personas que están envueltas en un desacuerdo. Esta distinción anglosajona entre argument como producto y argument como proceso fue introducida por el teórico de la comunicación Joseph Wenzel (1979) y más adelante examinaremos sus ideas con cuidado y las usaremos constantemente.

Daniel O'Keefe (1977) introdujo, de nuevo para sus lectores anglosajones, una manera útil de indicar esta diferencia en los dos usos de la palabra inglesa argument utilizando números: un argument1 es un producto, mientras que un argument2 es un proceso. Un argument2 (en español, una discusión) casi seguramente contendrá varios arguments1 (es decir, varios argumentos) como objetos: las personas que se involucran en el proceso de argumentar ofrecen argumentos una a la otra. Así pues, una persona ofrece un argument1 (en español, un argumento) y dos personas tienen un argument2 (en español, una discusión). La notación de O'Keefe es en realidad muy simple: argument1 una persona, argument2 dos personas.

Esta distinción es importante en inglés porque ayuda a evitar la confusión cuando se discute en esa lengua la naturaleza de los arguments. Un argument1, por ejemplo, es decir, un argumento, contiene típicamente una o dos razones que concluyen en un punto de vista particular. Un argument2, por otro lado, es decir, una discusión, puede implicar muchos puntos de vista y muchas razones, y puede estar o no enfocado en un solo punto de vista principal. Por eso, en la edición inglesa de este libro la palabra argument se usa normalmente en el sentido de argument2, ya que el objeto primordial de estudio son las discusiones reales entre personas reales; y sólo se aplica la notación de O'Keefe cuando el contexto lo requiere. En esta versión hispana hablaremos de "discusión" o de "argumentación" para traducir este término argument2 y emplearemos la palabra "argumento" cuando se trate de argument1.

Wenzel, por su parte, sostiene que debemos distinguir tres perspectivas diferentes. Si lo que hacemos es aplicar la lógica a ciertos objetos producto de una argumentación, entonces hablamos de argumentos (argument1 de O'Keefe). Aquí los argumentos son objetos que pueden ser inspeccionados para ver hasta dónde siguen reglas lógicas y cómo sus partes se conectan entre sí.

Por otro lado, Wenzel señala que hay una segunda perspectiva: la de actos de

comunicación que siguen ciertos procedimientos, que se adhieren a un conjunto de reglas diseñadas para asegurar que la discusión discurra suavemente y con equidad. Esto, dice Wenzel, es el dominio de la dialéctica. La dialéctica es el estudio de las argumentaciones (arguments2) cuyo fin es encontrar la verdad o al menos la mejor respuesta posible. Como tal, sigue reglas y procedimientos diseñados para alcanzar resultados que nos acerquen a la verdad lo más que se pueda. Las discusiones y argumentaciones dialécticas son cuidadosas, precisas y controladas. A diferencia de la lógica, que se enfoca en la estructura de los argumentos (arguments1) individuales y los examina con relación a propiedades lógicas específicas, la dialéctica contempla las discusiones y argumentaciones tal como ellas tienen lugar entre las personas. Las partes de una discusión escuchan cada argumento que se les propone, se turnan para hablar y responden a lo que se ha dicho antes. Tenemos aquí el tipo de argumentaciones que nos ofrecen los maestros de cursos de Pensamiento Crítico como los mejores ejemplos y los modelos a imitar. Lamentablemente, el problema es que no ocurren en realidad con tanta frecuencia.

La última perspectiva que Wenzel introduce es la del proceso. Este es el aspecto de la argumentación que cubre cosas tales como escoger las palabras, el modo de presentar los argumentos y el orden, el cuándo y el dónde del uso de argumentos, y en fin, todos los aspectos incluyendo el tono de voz. A la perspectiva del proceso se le ha llamado tradicionalmente retórica. Aunque la retórica ha adquirido a lo largo de los años una muy mala reputación, dentro de la teoría de la argumentación se la está repensando y rehabilitando. Durante los últimos cincuenta años, los investigadores han venido re-examinando el papel de la retórica y muchos han ido encontrando que la mala reputación

es inmerecida.

Mucha de esta labor ha sido estimulada por uno de los abuelos clave de la moderna teoría de la argumentación, Chaïm Perelman. Su obra clásica fue escrita junto con la investigadora Lucie Olbrechts-Tyteca, pero Perelman la continuó luego con muy importantes escritos que elaboró por su cuenta. La obra de Perelman y Olbrechts-Tyteca —La nueva retórica o Tratado de la argumentación, publicada en francés en 1958, traducida al inglés en 1969, al español en 1989, al italiano en 2001 y al alemán en 2004— contribuyó a crear una nueva actitud hacia la retórica. Sus autores argumentaron que toda argumentación implica retórica, y que no importa cuán cuidadosos seamos, es imposible evitar hacer elecciones retóricas a la hora de argumentar.

Argumentaron también que la verdad no es manifiesta, es decir que nunca podemos estar seguros de tener la verdad. A los retóricos les preocupa la verdad, pero no creen que sepamos de cierto nunca que la tenemos. De esa manera, a la hora de tomar decisiones, resolver disputas, zanjar diferencias de valores y llegar a las mejores conjeturas posibles, lo único que tenemos son argumentaciones. Algunos investigadores rechazan esa actitud ante la verdad, pero otros, incluido el autor de este libro, la hacen suya.

Toda argumentación, y de hecho toda comunicación, implica retórica porque siempre tenemos que escoger las palabras, el tono, etcétera. Por ejemplo, Male quiere ir a ver la más reciente comedia romántica y le expresa a Edu su deseo. Edu responde:

—Claro, es una gran idea.

Observa que, si nada más lees estas palabras, en realidad no tienes ni idea de si Edu abraza la idea de Male con entusiasmo o más bien se opone a ella. Solamente el tono que adopta Edu y la cara que pone harán claro cuál es el mensaje. Dicho de otra manera, la retórica es necesaria para desplegar el sentido del mensaje.

En tiempos recientes esta postura ha sido defendida por Chris Tindale (1999, 2004), quien argumenta que la retórica es el fundamento real de la argumentación y que las demás perspectivas dependen de ella. En apoyo de esto, yo he dicho en otra parte que la argumentación está gobernada por un conjunto natural de reglas que son reforzadas socialmente por la mayoría de las culturas (Gilbert 2007). El problema con la retórica ha sido siempre que parece enfocarse en la persuasión antes que en llegar a la verdad sobre el asunto de que se trate. Esto es lo que ha llevado a su pésima reputación; y de allí que la expresión “¡Eso es pura retórica!” ha venido a ser una manera de decir que un enunciado es persuasivo, pero en rigor carece de todo significado real. Pero como Tindale y quien esto escribe, aparte de otros autores, hemos señalado, no preocuparse por a quién se dirigen tus argumentos puede tener costos muy altos. En inglés decimos: Fool me once, shame on you; fool me twice, shame on me. Con otras palabras, si tú me haces tonto una vez, es tu culpa; pero si lo haces dos veces, es

la mía. El punto que estoy queriendo recalcar aquí es que la retórica nos pide que prestemos atención acerca de quién es y quién no es digno de nuestra confianza; y que una vez que una persona ha traicionado la confianza que habíamos depositado en ella, no debemos tan rápido volver a confiar. Esto es lo que esconde el concepto retórico de ethos, una idea central de la teoría de la argumentación sobre la que volveremos más adelante.

Las emociones son una parte integral de toda argumentación. Argumentaciones que no contengan nada de emoción son cosas que no existen. Siempre hay algo de emoción en todo argumento, dado que, si no la hubiese, entonces ¿para qué estaríamos discutiendo? (Gilbert 1994, 2001). Dicho de otra manera, si algo te da igual, ¿para qué te molestas en argumentar? Sin embargo, hay que señalar —y cuando lleguemos a la sección 2.1 habrá ocasión de reflexionar sobre este punto — que el impulso emocional puede no referirse a la conclusión de un argumento como tal, sino a cómo en un cierto contexto queda uno parado o cómo se siente en ese contexto, es decir, otra vez, apariencias. Por ejemplo, a mí puede no importarme demasiado cuál es la verdad acerca de tu afirmación de que Diego Maradona ha sido el más grande jugador en la historia del futbol, pero en cambio lo que sí podría importarme es cómo me muestro en tanto que conocedor de este deporte. Mi argumentación podría no ser tanto acerca de los hechos relativos a Maradona, sino que estaría yo tratando de probar otro punto, un punto retórico acerca de mi persona.

He aquí un ejemplo en que se usan las emociones para obtener ventaja en una discusión. Natalia está negociando el precio por un pedido de ciertos artículos, y acepta a regañadientes la petición de su cliente de que use un método de embarque más rápido, con el consiguiente incremento en los gastos de envío. En realidad, Natalia siempre había previsto ceder en este punto, pero quiere que su cliente sienta que ha ganado algo. Al parecer que se resistía, Natalia utilizó las emociones de manera retórica.

Las emociones juegan otro papel también al limitar de forma natural el campo o el alcance de la argumentación de forma que podamos enfocarnos en lo importante. Las emociones motivan las discusiones, pero también son esenciales en el proceso de toma de decisiones, y muchas discusiones son precisamente

sobre tomar decisiones. Hablando lógicamente, hay un número infinito de opciones a que nos enfrentamos cuando tomamos hasta la más simple de las decisiones, pero sin necesidad de pensar ignoramos la mayoría de esas opciones gracias al uso de nuestro aparato emocional. Toma el siguiente caso de mi vida: cuando estoy en el campus de mi universidad en Toronto y me pregunto qué voy a comer a mediodía, no pierdo tiempo considerando si voy a pasarme por la tienda de delicatessen de Katz en Nueva York para comerme un sándwich de pastrami o por el Malecón del Pescador (Fisherman's Wharf) de San Francisco para comerme unas almejas fritas. Estas son posibilidades lógicas, y técnicamente podríamos considerarlas; pero desde un punto de vista emocional no son opciones reales. El hecho de que podamos desecharlas como poco prácticas, no tiene nada que ver con el hecho de que son opciones posibles. Descartamos de manera puramente emocional un enorme número de tales posibilidades sin detenernos a considerarlas, porque nuestra experiencia nos ha enseñado que simplemente no se plantean en serio. El neurofisiólogo Antonio Damasio (1994) nos cuenta la historia de un paciente con traumatismo cerebral cuyo trastorno implicaba que era incapaz de utilizar o experimentar emociones. Cuando le pidió a su paciente que eligiera una hora para su cita, este podía quedarse considerando todas las opciones sin poder detenerse, ya que carecía del equipamiento emocional que le permitiera desechar la mayoría del conjunto infinito de opciones. De esa manera, las emociones nos impiden hundirnos en un océano de alternativas mediante el expediente de marcar muchas de ellas como poco razonables. A la hora de discutir es a menudo lo emocional lo que nos hace ver qué es y qué no es relevante.

Vale la pena recordar que la misma dinámica que nos permite tomar una decisión simple sin emplear horas o días puede también limitar las opciones que tomamos en consideración. Cuando piensas outside the box, como se dice en inglés, o sea saliéndose del marco prefijado por las convenciones, tienes que dejar libres tus emociones y mirar esas opciones que habías dejado fuera y volver a ponerlas en juego. Este podría muy bien ser un factor que opera cuando tenemos sesiones de "lluvia de ideas", nos apoyamos en el trabajo en equipo, y tratamos de salirnos de los carriles usuales.

Habiendo dicho todo esto, no hay duda de que las emociones extremas pueden dificultar mucho una discusión. Cuando las emociones son muy fuertes, ellas pueden meterse en la discusión y hacer que se descarrile. A veces las personas que disputan se enojan o alteran mucho y dejan de escuchar o prestar atención a la argumentación como un proceso encaminado a encontrar una solución.

Cuando eso ocurre, sin embargo, no significa siempre que la discusión fue mal llevada. Puede significar que los problemas más importantes no se han planteado, asuntos que son más vitales que el enunciado en torno al cual las personas han venido alegando.

Algunos investigadores en el área del pensamiento crítico e incluso en la teoría de la argumentación quisieran hacernos creer que la argumentación debe siempre ser parte de discusiones tranquilas y ordenadas, en las que se tiene buen cuidado de los turnos para hablar y se presta gran atención al contenido preciso de lo que se está diciendo. Pero no solamente son esas argumentaciones la excepción más que la regla, sino que ocultan una gran cantidad de informaciones, sentimientos, valores e ideas importantes. Yo llamo a esto el modelo crítico-lógico, y en ese modelo no hay nunca “agendas ocultas” ni tiene sentido preguntarse de qué trata realmente la discusión. En ese modelo, las personas dicen exactamente lo que quieren decir, y las palabras y enunciados pueden tomarse más o menos de manera literal. Es un modelo útil para enseñar pensamiento crítico y te ayuda a entender los aspectos elementales y los conceptos medulares concernientes a los argumentos, pero en rigor no se aplica en los casos reales en que la gente discute.

Las argumentaciones y discusiones clínicas, es decir aquellas que muestran lo mínimo de emoción, no son siempre las mejores. A veces las discusiones clínicas tienen el defecto de ser aburridas y demuestran falta de imaginación porque en realidad a nadie le importan. Sé cuidadoso a la hora de distinguir entre “clínico” y “ordenado”, una distinción de la que hablaremos enseguida. “Clínico” significa “sin contenido emocional”, mientras que “ordenado” se refiere al estilo en que se presentan los argumentos. La distinción importante aquí es pues entre clínico y emocional.

Según nos movemos a lo largo del continuo que va de lo clínico a lo emocional, las discusiones tienden a volverse más difíciles, aunque no necesariamente es así siempre. Las discusiones en la pareja íntima o con la familia, por ejemplo, pueden ser altamente emocionales, y puede ser importante sacar esas emociones, reconocerlas y admitirlas. Incluso entre socios en una empresa, una discusión altamente emocional puede a menudo ventilar las cosas y sacar a relucir problemas que de otra manera hubieran permanecido escondidos. Por eso es importante no tener miedo de las emociones, sino más bien entenderlas y ocuparse de ellas de maneras efectivas y provechosas.

Las argumentaciones y discusiones pueden también distinguirse más allá de la división entre emocional y clínico. Esta distinción identifica más o menos el grado de emoción. Sin embargo, la manera en que se conduce una argumentación no es una función directa de la distinción entre emocional y clínico. Puede haber discusiones altamente emocionales que se conducen con claridad y cuidado, y discusiones clínicas que no parecen tener ningún sentido. Cuando se trata de las cualidades de precisión y comprensión, podemos hablar del continuo ordenado-caótico. Una argumentación es ordenada cuando las partes en disputa se escuchan una a la otra, se turnan para hablar, establecen sus puntos y en general proceden de forma coherente. Así, “ordenado” indica el tono del proceso, mientras que “clínico” indica el grado de emoción. Las argumentaciones son caóticas cuando las partes no se escuchan, no se presta atención a los argumentos y hay interrupciones y digresiones irrelevantes. El caos incluye gritar, hacer muecas, imitar al otro, usar palabras fuertes, y muchas otras actividades generalmente consideradas desagradables. Entiéndase, por favor, que entre ordenado y caótico hay un continuo de la misma manera que lo hay entre clínico y emocional. Dicho de otra manera, un poco de caos nunca ha hecho daño a nadie y es muy común en la mayoría de las interacciones donde hay desacuerdo.

Podemos ir aún más lejos: clínico y ordenado no es lo mismo que bueno. A veces las argumentaciones calmadas y altamente lógicas pueden llevarnos a resultados terribles. La razón es simple. Cuando dejamos fuera las emociones, suele ocurrir que los valores dejen de jugar su vibrante papel. La moral, la estética, la inspiración, son cosas que impiden que descuidemos la parte humana. Cuando no tomamos en cuenta los sentimientos, las emociones, y las preocupaciones humanas, entonces puede resultar una especie de frialdad insensible espantosa. Esto, por ejemplo, suele ser la base del fascismo: acciones draconianas por las que se suprime el desacuerdo y la inquietud pueden ser muy lógicas, pero al mismo tiempo también inmorales.

Las argumentaciones caóticas pueden a menudo ponerse bajo control solicitando un resumen, o bien planteando una pregunta muy específica sobre la postura que se discute con el propósito de determinar mejor cuál es esa postura. Entonces, si una argumentación se ha vuelto demasiado caótica, puedes tratar de estabilizarla. La mejor manera de hacerlo es resumiendo las posturas. Puedes tratar de definir mejor la interacción y regresar al tema, de forma que la discusión deje de dar

vueltas o dispararse en todas las direcciones. A veces, cuando una argumentación caótica es también altamente emocional, incluyendo quizá lágrimas y gritos, la discusión se ha convertido en pleito. Si esto ocurre, lo mejor es dejarla y quizá volver a ella más adelante. Sin embargo, puede ser incluso más importante el establecer y aclarar ciertas reglas para la discusión particular que se está teniendo. Eso nos lleva al siguiente tema, la noción pragma-dialéctica de etapas de la argumentación. Pero antes de pasar a eso, quisiera hacer otra observación.

Muy al principio de esta sección introduje una distinción entre argumentaciones como productos o artefactos (en inglés, arguments1) y argumentaciones como procesos (en inglés, arguments2). Habrás notado que en esta parte hemos venido considerando las argumentaciones primariamente como procesos interactivos entre partes en disputa. Esto significa que los términos utilizados se están aplicando a los procesos como lo opuesto a los argumentos. Sin embargo, eso no significa que dentro de una discusión no pueda haber argumentos particulares que sean emocionales y otros que no lo sean. Lo que quiero decir es que los términos “clínico” y “emocional” se aplican también a los argumentos (objetos de un proceso de argumentación), y lo mismo pasa con los términos “ordenado” y “caótico”, si bien es cierto que lo normal es aplicarlos a las discusiones como tales. Esto es importante por razones estratégicas. Un argumento particular no debe caracterizar toda una discusión, sino que puede usarse como un indicador o termómetro del proceso completo. Vale la pena recordar esto.

La idea de etapas de una discusión fue introducida por vez primera por los teóricos pragma-dialécticos Frans van Eemeren y el finado Rob Grootendorst. Las etapas mismas pueden parecer obvias, y podrías pensar que no hay por qué molestarse en prestarles atención. Las etapas son: confrontación, apertura, argumentación y conclusión. En efecto, ¿qué podría ser más obvio? No obstante, hay una lección importante que aprender aquí: es bueno saber en qué parte de una discusión estás a fin de proceder de forma inteligente y creativa. Dicho con otras palabras, así como vimos antes que había buenas razones para fijarse en el grado de emoción y el nivel de caos, así aquí tenemos que las hay para prestar atención a las etapas. Mientras mejor sepas en qué parte de una discusión estás, tanto mayor idea tendrás acerca de cómo proceder. Si no sabes dónde estás, tampoco sabrás a dónde ir.

La primera etapa, la etapa de confrontación, podría parecer la más obvia. Alguien dice algo, otra persona está en desacuerdo, y la discusión comienza. Pero un razonador diestro siempre se pregunta: ¿Quiero discutir? La simple presencia de un desacuerdo no significa que automáticamente haya de comenzar una discusión. Yo, por ejemplo, rara vez discuto sobre cuestiones de hecho. Si tú y yo estamos en desacuerdo acerca de si la Navidad el año pasado cayó en martes o si el primer día de clases en agosto de 2012 fue el 15, no veo por qué habríamos de discutir. Basta consultar la autoridad apropiada, en cualquier calendario del año pasado, en el segundo caso el calendario en la página de la universidad. Memo dice que no cree que el 9 de julio de 1936 haya sido el día más caliente jamás registrado en la Ciudad de México. Laura expresa su desacuerdo. No hay necesidad de argumentar: búsquese la información y ya está.

Por otra parte, todo fanático del equipo de beisbol de Toronto, los Blue Jays, cree que hubo un triple play durante el último juego de la Serie Mundial de 1992. Todos los vimos con nuestros propios ojos. El problema es que el ampáyer no lo marcó, con lo cual nunca llegó a los libros de récords (por más que luego el ampáyer haya admitido que fue un error suyo: si quieres, puedes buscar el juego en YouTube y verlo por ti mismo). Entonces, ¿hubo o no hubo un triple play en ese juego? De golpe, un hecho se ha vuelto materia de disputa, lo cual significa que vamos a terminar por discutir acerca del tipo de evidencia que estamos

dispuestos a aceptar: nuestros propios ojos, o el libro de récords, y eso es una discusión sobre valores, no sobre hechos. Esta discusión, llamémosla la discusión del triple play, puede de hecho tener varios resultados. Las variables que influencian esos resultados son interesantes y nos ocuparemos de ella más adelante.

Otros factores que podrían jugar un papel durante la etapa de confrontación son los varios roles de los involucrados, por ejemplo: ¿estás discutiendo con tu jefa y ella parece a punto de enojarse? ¿Está una de las partes en disputa reaccionando de forma altamente emocional? ¿Tal vez sería mejor dejar la cosa allí? Puede verse que el mensaje es simple: Piensa antes de discutir. ¿Tienes una buena razón para continuar la discusión?

La segunda etapa de una discusión se llama la etapa de apertura. Aquí es donde se establecen las reglas y procedimientos de la discusión que empieza. La primera reacción que tendrás ante esta etapa es probablemente que nunca te habías dado cuenta de su existencia. Cuando una discusión comienza, esto es lo que ocurre: empieza y ya. No se discuten las reglas ni cosa parecida. Y en términos generales tu reacción es correcta. Pero no es porque no haya esta etapa, sino más bien porque ya has pasado por ella y ahora la das, junto con tu interlocutor, por entendida. Con otras palabras, no creamos nuevas reglas cada vez que interactuamos: mientras estés en una cultura que te sea familiar, lo usual será simplemente que continúes con la discusión.

Con todo, hay un pero. Si algo ocurre en el curso de la discusión que sea inesperado, una jugada, un estilo o un tipo de prueba imprevista o que o no es usual, entonces puede ser que detengas el proceso y regreses a la etapa de apertura. Por ejemplo, si una de las partes de repente alza la voz o rompe a llorar, la otra parte podría objetar diciendo algo como:

—¡No es justo!

O bien:

—Si vas a hacer eso, entonces no quiero discutir contigo.

Si entonces Moni le dice a Male:

—No voy a discutir contigo si sigues gritando.

Male le puede responder:

—¡No estoy gritando!

Un intercambio comunicativo como éste es de hecho un regreso a la etapa de apertura y debe tomarse en serio antes de continuar con la disputa.

Lo mismo puede ocurrir con la introducción de datos, informaciones o pruebas sorprendentes. Oli le dice a Pepe:

—No me digas que nunca antes habías hecho eso. Hablé con tu mamá y ella me dijo que siempre lo habías hecho.

Si Pepe responde:

—¿Qué hiciste? ¿Hablaste con mi mamá? ¡No debiste hacerlo!

Lo que Pepe está haciendo es regresar a la etapa de confrontación en la que habrá una discusión acerca de si Oli tenía o no derecho de hablar con la mamá de Pepe acerca de Pepe. ¿Por qué etapa de confrontación? Porque la cuestión en disputa es otra. Es cierto que Oli y Pepe se encontraban en la etapa de argumentación con respecto a la primera cuestión, a saber la de si Pepe había hecho eso antes o no; pero lo que hizo Pepe fue cambiar la materia de discusión y con su intervención arrojó a las dos partes de vuelta a la etapa de confrontación de una nueva discusión. Cuando un tema nuevo aparece se comienza desde el principio, y es muy útil darse cuenta de eso.

¿Por qué es importante esto? Porque te permite situarte, saber dónde estás. Si no estás donde crees que estás, puedes perder la ruta. Un simple darse cuenta de que la etapa de la discusión ha cambiado puede ahorrar a los interlocutores mucha alegata inútil. Una de las razones por las que una discusión ordenada puede volverse caótica es por haber muchos saltos de una etapa a otra. Imagina una discusión sobre si Cosméticos Pandora, una empresa familiar mediana, debe o no subcontratar sus servicios de información al cliente a una empresa en otra ciudad o incluso en otro país. Los factores que entran en la discusión pueden cubrir una variedad de asuntos, incluyendo costos, satisfacción de los clientes, pérdida local de empleos, imagen pública de la empresa, lealtad al estado o al país, compromisos familiares, historia de la compañía, y otras cosas por el estilo. La conversación en torno a todo eso tiene todo el potencial para saltar de un lado a otro. Sin embargo, si se presta atención a la etapa de apertura, es posible trazar parámetros de forma, por ejemplo, de que se discutan por separado las distintas cuestiones. Una vez que se ha hecho esto, los costos y beneficios individuales pueden sopesarse uno respecto de otro. Entonces se podrán examinar los distintos costos, por ejemplo, el beneficio económico de subcontratar en otro país como opuesto al sentimiento emocional de que se está traicionando a la patria, de forma de poder determinar la respuesta final.

Darse cuenta de estas cosas es importante. Dividir un argumento en sus distintas partes, cada una guiada por sus propias reglas y criterios de prueba, puede ser muy útil y enfocado. Cuando tratas de hacer todo al mismo tiempo, a menudo no se logra absolutamente nada.

La tercera etapa de una discusión es la argumentación como tal y sobre ella diré muy poco ahora, ya que ocupa la mayoría del libro. En esta etapa es donde las partes argumentan, donde presentan los puntos de vista que quieren defender y las razones que apoyan esos puntos de vista, donde se hacen objeciones y se responden, y donde se le sigue la pista a premisas y conclusiones. Lo que hemos visto hasta ahora son casos en que la etapa de argumentación nos lleva de regreso a la de apertura e incluso a la de confrontación. Si Oli, en el curso de la discusión, le dice a Pepe:

—Oh, eso no es lo que había entendido que estabas queriendo decir; si es eso, estoy completamente de acuerdo.

lo que hicieron fue dar un salto a la etapa de confrontación y acordar que no hay nada que discutir. Otra vez, la moraleja es que hay que prestar atención acerca de dónde estás y qué está ocurriendo.

La última etapa de una discusión según los pragma-dialécticos es la etapa de conclusión. En ella es donde la discusión termina o se suspende. La discusión puede terminar de varias maneras, dependiendo de la clase de discusión que sea. Una negociación, por ejemplo, tiene obviamente un tipo diferente de conclusión que una investigación. Una discusión termina con una resolución, para utilizar el término pragma-dialéctico, cuando una de las dos alternativas es aceptada como correcta por ambas partes. Alternativamente, las partes en disputa pueden acordar una respuesta por una variedad de razones. El zanjar un desacuerdo no es lo mismo que resolverlo, ya que la primera opción no lleva consigo la carga de ser la verdad y la segunda sí. Como verás en la siguiente sección, las discusiones se concluyen más a menudo zanjando que resolviendo por la sencilla razón de que con frecuencia no tenemos suficiente confianza en el resultado obtenido como para llamarlo la verdad del asunto.

Las discusiones a veces concluyen en el sentido de que se suspenden. Suspender una discusión es algo que puede ocurrir de muchas maneras, y no siempre con el acuerdo feliz de que nos damos tiempo. Una de las partes puede sin duda decir:

—¿Sabes qué? No estamos yendo a ningún lado. Démonos un tiempo y lo discutimos después.

Pero se suspende una discusión también cuando una de las partes se aleja abruptamente por rabia o frustración, o rompe a llorar, o simplemente tiene una cita y debe irse. Entiende por favor que suspender una discusión no es malo en sí mismo. Si la situación no es tal que pueda tomarse inmediatamente una decisión, puede resultar conveniente posponer una disputa que no está siendo productiva o incluso que nos está alterando. El postergar las cosas puede permitir que asimilemos ciertas informaciones, que los sentimientos se calmen, o que se abran nuevas perspectivas o se hallen nuevos datos. La idea de que las discusiones ocurren en un periodo corto de tiempo, que comienzan y terminan de una manera serial, simplemente no es correcta. La mayoría de las decisiones en que hay desacuerdo se revisan y reconsideran varias o muchas veces; y eso es algo bueno.

Las argumentaciones (arguments) pueden considerarse de distintos modos. Se puede considerar que son objetos o artefactos como cuando examinamos las propiedades de un argumento (argument1). En ese caso uno podría darles vueltas y explorarlos para extraer de ellos el punto de vista o la conclusión, y examinar las razones o premisas específicas que la apoyan. O también se puede uno interesar en el proceso: ¿qué aspectos retóricos juegan un papel en él? Se pueden examinar los compromisos emocionales de los participantes, sus trasfondos culturales y sociales, así como las demás informaciones que pudieran ser relevantes. El procedimiento es también un factor. Una discusión (argument2) seguirá ciertas reglas y variará de ordenada a caótica, y es importante que pongamos atención a estos factores procedimentales. Además, ahora ya sabes que debes prestar atención a la etapa de la argumentación en la que te encuentras a fin de conocer qué es lo que está en juego.

Hasta aquí todo va bien; pero resulta que no todas las argumentaciones son iguales, y dependiendo del tipo de argumentación en que te hayas metido, todos los factores considerados hasta ahora juegan papeles y tienen bases diferentes. La división de las argumentaciones en tipos se remonta a Aristóteles o incluso antes. Más recientemente, el prodigioso filósofo y teórico de la argumentación Douglas Walton ha prestado atención específicamente a las diferencias entre varios tipos de diálogo (Walton 1998, Walton y Krabbe 1995).

En sus trabajos, Walton distingue seis diferentes tipos de argumentación; pero, para nuestros propósitos, bastará con distinguir tres: diálogo de investigación, diálogo de persuasión y diálogo de negociación. Simplificando horrorosamente las cosas, en la investigación la meta es la verdad; en la persuasión es inducir una creencia en alguien; y en la negociación es llegar a un acuerdo mutuamente ventajoso. Permítaseme señalar enseguida que ninguna argumentación pertenece de forma pura a una categoría u otra, y que lo normal es que toda argumentación tenga elementos pertenecientes a uno u otro tipo. Como las demás cosas que estamos examinando en este libro, utilizamos aquí las categorías como modelos y tratamos de no confundirlas con la realidad. Los modelos pretenden simplificar la realidad, no replicarla.

La investigación —conocida también como discusión crítica, razonamiento dialéctico o razonamiento lógico— es el Santo Grial del pensamiento crítico. Cuando las partes están metidas en una investigación, tienen completo desapego respecto del resultado, desean solamente revelar la verdad o, si la cosa está difícil, la mejor respuesta posible a una pregunta o la mejor solución a un problema. Cuando tú y tu interlocutor comienzan una investigación, ninguno de ustedes tiene un resultado preconcebido con el que estén comprometidos, no hay un ego que se aferre al resultado, no hay ventaja alguna que se obtenga porque una respuesta particular se tenga por la correcta. Incluso cuando ustedes comiencen la investigación con una idea de cuál es la conclusión, no tienen ningún reparo en abandonarla cuando se ha demostrado que es incorrecta, insuficiente o inadecuada. Investigaciones como esta implican escuchar con cuidado, turnarse para hablar, evitar emociones fuertes, obedecer los procedimientos y datos acordados, y tener la firme voluntad de ayudar al interlocutor a que defienda bien su posición. Cuando las cosas ocurren de esta manera, yo hablaré de “investigación pura”.

La dificultad estriba en que casi nunca ocurre una investigación pura.

Antes de explicar por qué la investigación pura es tan rara, permítaseme decir que el ser algo raro no significa que sea algo imposible y ciertamente no significa que sea algo indeseable. Dos personas que de verdad quieren tomar una decisión cuyos parámetros están definidos, que están de acuerdo con ellos, y que solamente desean obtener el “mejor” resultado (en el sentido de esos parámetros definidos y acordados), pueden proceder de forma muy desapegada y poco competitiva. Interlocutores tales podrían incluso cambiar de bando en algún punto y argumentar a favor del punto de vista opuesto al que tenían al principio de la discusión. Semejantes investigaciones puras no solamente pueden ocurrir, sino que, cuando suceden, alcanzan experiencias plenas y fascinantes. El punto no es que la investigación pura no ocurra, sino que lo más frecuente es que uno o los dos interlocutores estén predispuestos a un resultado particular o le den más valor a un parámetro que a otro.

Un ejemplo servirá para ilustrar el punto. Sofi y Emma tienen un negocio en el que venden un rango sofisticado de tés y en su negocio ellas tienen varias mesas en las que sirven té y pastelillos. La tienda se llama Tea for Two (Té para dos) y está en una calle que ha venido ganando popularidad, según las casas de los alrededores han venido renovándose y embelleciéndose. Antes ellas cerraban los domingos ya que su negocio atendía en su mayoría a los empleados del área.

Pero ahora hay cada vez más negocios alrededor de Tea for Two y la calle ha venido atrayendo cada vez más personas que viven por allí o andan de paseo. Sofi es soltera y seis años más joven que Emma, quien está casada y tiene dos hijos pequeños. Debido a los cambios en el área, Sofi se pregunta si no debería comenzar a abrir los domingos. Podemos usar este ejemplo, al que llamaremos el ejemplo Té para dos, a fin de considerar las distintas formas de diálogo.

Puesto que la primera forma de diálogo es la investigación pura, supondremos que Emma y Sofi no tienen ningún sentimiento realmente fuerte respecto a si conviene abrir o no un día más a la semana. Su única preocupación es si el costo extra trae beneficios adicionales, ya que no quieren perder dinero. Para averiguarlo se ponen de acuerdo en andar por el barrio varios domingos y ver con sus propios ojos el movimiento dominical de la gente; y de ser mucho, entonces tal vez abran tres o cuatro domingos como experimento. Si las ganancias superan a los costos, entonces continuarán. ¿Qué podría ser más sencillo?

La dificultad, que es muy posible que hayas ya detectado, reside en la simple palabra “costos”. En la introducción a este ejemplo mencionaba yo que Sofi era soltera, pero que Emma era mayor y tenía hijos chicos. Esto significa que el costo de trabajar los domingos es probablemente diferente para cada una de ellas. No es sorprendente que el domingo sea el día familiar para Emma, con lo cual no trabajar ese día tendrá mayor peso para ella que para Sofi. Podrían estar de acuerdo en que harían más dinero si abrieran los domingos, y en que, si todo lo demás fuera igual, es una buena idea. Pero el problema, desde el punto de vista de la argumentación, es que todo lo demás nunca es igual. Por ello es que la investigación pura es bastante rara, ya que requiere que a las partes en disputa no les importe el resultado y estén dispuestas a adoptar lo que resulte ser mejor, más verdadero, etcétera. Eso no significa que la investigación sea imposible, sino sólo que la investigación pura casi siempre lo es.

Lo que quiero sugerir es que la investigación puede jugar un papel importante en cuanto intención. Es decir, si tú y yo tenemos un problema delante, debemos tomar una decisión o tenemos que averiguar algo, podemos decidir hacerlo con un enfoque dialéctico que se acerque a la investigación lo más que logremos. Esto nos permite tomar en cuenta la realidad de nuestra situación y colocar tantas variables sobre la mesa como sea posible. Si Emma aclara que abrir la tienda los domingos sería un costo considerable para ella, entonces ella está ayudando a dirigir la discusión en la dirección de una investigación. Esto es así

porque significa que Sofi puede tomar este “costo” en cuenta y sopesarlo junto con los demás costos.

La diferencia crucial entre la investigación, por un lado, y la persuasión y la negociación por el otro, es que las partes en disputa son abiertas y claras acerca de sus fines, lo que está en juego para ellas y la importancia que le dan al resultado. Que a una le importe cuál de las posiciones “gana” es contrario a la investigación porque obstaculiza la discusión abierta; significa que estoy argumentando estratégicamente y no simplemente investigando. Es cierto que en un nivel superficial los fines que buscamos en la negociación y la persuasión son claros: en la negociación yo quiero obtener lo más que pueda y en la persuasión yo quiero que tú estés de acuerdo conmigo. Pero fines distintos, más profundos o menos obvios pueden permanecer invisibles o incluso ocultarse deliberadamente por razones estratégicas. Piensa en la diferencia en la discusión de Té para dos (§1.3) si, desde el comienzo Sofi y Emma estuvieran de acuerdo en que, pase lo que pase, Emma no va a trabajar los domingos. Compara ahora esto con una discusión en la que Emma no ha declarado cuáles son sus sentimientos al respecto, pero está decidida a que la conclusión sea la que ella quiere. En este último caso, ella se inclinará a rechazar cualquier razón que Sofi le proponga para abrir en domingo, mientras que en el caso anterior puedan ambas considerar las cosas con toda claridad y sopesarlo todo en su conjunto.

Supón que muy pronto en la discusión Sofi dice que una de sus mayores preocupaciones es que, si no abren los domingos, sus clientes irán a otras tiendas, con lo cual podrían perder completamente su negocio. Si Emma no cree que Sofi entienda su necesidad de tener los domingos para su familia, entonces es probable que rechace los argumentos de Sofi por la razón que sea; pero si Emma siente que Sofi está tomando en cuenta sus necesidades, entonces puede pensar junto con Sofi y considerar con cuidado cuál es la probabilidad de que la lealtad de sus clientes padezca el efecto de no abrir en domingo.

Estoy seguro de que ya comienzas a ver que la investigación pura rara vez existe: siempre habrá factores que deban sopesarse unos con otros, y tan pronto como esos factores emocionales y personales hacen su entrada en la argumentación desaparece la pureza. En este sentido, la investigación casi siempre tiene elementos de negociación; y te recuerdo que una argumentación rara vez, si es que alguna, es estrictamente de un solo tipo. Con otras palabras, estamos siempre comparando un conjunto de objetivos con otro. La diferencia es que en una investigación todos los fines están sobre la mesa, todos son

discutibles, y ambas partes están trabajando para alcanzar los mismos fines. Sofi acepta y respeta el objetivo de Emma de mantener intacto su tiempo para la familia, y Emma comprende y comparte o al menos tiene interés en las preocupaciones de Sofi sobre el impacto de no abrir en domingo. Un término que encuentro útil para esto es el adjetivo “heurístico”. La palabra viene del griego y significa “encontrar” o “descubrir”, y aquí la estamos usando para indicar que las personas involucradas en una discusión están colaborando para descubrir la mejor respuesta o solución para ellas. Llamaremos a este tipo de diálogo investigación heurística.

En la vida real, algo mejor que las investigaciones heurísticas es imposible. En cierto sentido, una investigación heurística es una investigación pura a la que se añaden personas. La clave reside en la etapa de apertura donde los disputantes establecen las metas y requisitos para una solución. En pragma-dialéctica se dice que en la etapa de apertura las personas en disputa establecen sus roles y “sus compromisos iniciales” (Eemeren, Grootendorst y Snoeck Henkemans 1996, 281). Yo quisiera aquí tomar este concepto y expandirlo de forma que incluya la declaración de metas e intereses.

Recuerda que, como se señaló antes, siempre puedes volver a la etapa de apertura en una discusión a fin de aclarar o abundar en las metas a alcanzar que sean relevantes o importantes según te vayas percatando de ellas. En muchos casos, como veremos más adelante, los objetivos de la gente no siempre son plenamente conocidos cuando se comienza una discusión.

Así pues, una investigación heurística implica que tú y tu contraparte trabajen juntos para investigar un asunto, resolver un problema o descubrir la verdad de algo. Los aspectos retóricos están presentes, pero no tienen el propósito de abrumar, y el énfasis está en una interacción y cooperación dialéctica de alta calidad. Tú y tu contraparte pueden sentir alguna preferencia por ciertos resultados, pero esa preferencia está sobre la mesa, se puede examinar y está abierta a medios alternativos de satisfacerla. Tú y tu contraparte van a trabajar en equipo; las preguntas y desacuerdos tienen el propósito de estimular la resolución de problemas, no de imponer una agenda. Deberíamos ser conscientes (insisto) de que la investigación heurística no es fácil. Reconocer que la investigación heurística no es fácil de sostener, permite recuperarse de cualquier descarrío. El hecho de que puedas haberte descarriado de la ruta a seguir, no significa que no puedas regresar a ella. Una vez más, ser consciente de lo que estás haciendo y de dónde estás es de suma importancia.

Hay dos diferencias básicas y cruciales entre la investigación heurística y la negociación. La primera es que tú y tu contraparte negociadora tienen objetivos diferentes, y la segunda es que esos objetivos suelen no ponerse a la vista. A diferencia de una investigación heurística, lo primero que te importa es conseguir lo que quieres de la discusión, y es cuando mucho secundario lo que tu contraparte consiga. El resultado es que te comportarás de manera mayormente estratégica y no sacarás a relucir qué tan flexibles son tus objetivos y qué estás dispuesto a conceder. Por supuesto, todo negociador y todo hombre o mujer de negocios sabe que las mejores negociaciones son aquellas en que ambas partes terminan satisfechas y todo mundo es feliz. Si se consigue este resultado, tanto mejor.

Hasta dónde las partes en una negociación están abiertas al cambio y dispuestas a alterar o moderar sus objetivos va a impactar directamente el proceso de negociación. A veces, por inexperiencia, personalidad o diferencias de poder, la cosa se mueve poco o nada. Una de las partes simplemente exige satisfacción de todas y cada una de sus demandas y no está dispuesta a cambiar. Yo llamo erísticas a esas negociaciones, lo cual significa que ellas están encaminadas a ganar a toda costa y tienen la intención de ser tan poco cooperativas como sea necesario. Sin embargo, es posible concebir una negociación que sea más heurística que erística: una en la que las partes involucradas deseen que el acuerdo resultante sea aceptable y agradable para todos, sin que ello implique que las partes cooperan en la resolución de un problema compartido. Las negociaciones pueden ir desde altamente erísticas hasta altamente heurísticas, y las razones para una cosa o la otra pueden variar muchísimo. Lo más importante es tratar de establecer cómo va a discurrir la negociación en la etapa de apertura declarando tantos objetivos y actitudes como sea conveniente para ti.

Hay excelentes trabajos sobre negociación, incluyendo el clásico y aún relevante Getting to Yes (Fisher y Ury 1981). Sin embargo, quiero enfatizar que un gran número de negociaciones ocurren fuera del contexto de los negocios o, si están en ese contexto, no tratan de contratos, sindicatos y cosas por el estilo. Decidir dónde vamos a cenar, si mandamos a Lupita de campamento o a un curso de arte, cuándo vamos a cambiar de coche, dónde estará mi oficina, cuánto dinero tener en la caja para gastos inesperados, son ejemplos de negociaciones de rutina que van de lo heurístico a lo erístico dependiendo de mil variables. Algunas de tales variables son básicas e importantes, y se discutirán en la parte 2, pero otras

son altamente situacionales e imposibles de fijar sin analizar antes el contexto preciso.

Como verás más adelante, es esencial estar alerta al contexto y las variables que lo acompañan. Esto significa prestar atención a las necesidades y deseos de los demás tanto como a las tuyas. Esta atención viene de la práctica y de que estés siempre pendiente de saber dónde estás y qué está pasando. Viene de prestar atención a los niveles emocionales en un argumento, la etapa en la que está la discusión, el tipo de diálogo de que se trata, y de exactamente qué es lo que se dice y también lo que se da a entender sin decirlo explícitamente.

El tercer tipo de diálogo que debe mencionarse es el diálogo de persuasión. En un diálogo de persuasión una de las partes en disputa tiene en mente un resultado específico, sea una meta, una solución, un valor o una creencia, y busca conducir a la contraparte a que acepte esa conclusión. Para lograr ese fin el proponente —la persona que ha propuesto un punto de vista— ofrece razones y argumentos que espera persuadan a su contraparte a que acepte su punto de vista. Esta es la situación clásica que se estudia y revisa en el modelo de pensamiento crítico. Un punto de vista se ofrece y ciertas razones 1, 2, etc., se proponen en su defensa. Ello requerirá eventualmente más argumentos, pero en último término uno examina las razones y ve si ellas apoyan al punto de vista. Si lo hacen, el punto de vista se acepta, y si no, se rechaza. Es sencillo, ¿verdad?

¡Bueno fuera! Pero como todo lo conectado con los seres humanos, la cosa es mucho más compleja, sutil, intrincada y tortuosa. En primer lugar, los diálogos de persuasión varían mucho en el grado de tenacidad y apego al punto de vista expresado. En segundo lugar, fíjate que he dicho “punto de vista expresado” porque, si bien un diálogo de persuasión parece referirse a un punto de vista particular, a veces cambiamos el punto de vista en el curso de la discusión. Este cambio puede ocurrir porque nuestras metas se vuelven claras conforme avanza la discusión, o bien porque una de las partes se da cuenta de que la persuasión no va a lograrse según el plan original.

Algunos diálogos de persuasión, por supuesto, no mueven a nadie de sitio. Un discípulo fiel no renunciará a un artículo de fe y un político no irá contra la línea que le marca su partido. En esos y otros casos parecidos no existe la voluntad de reconocer un error, de modificar la perspectiva, de escuchar o aceptar argumentos que van contra el punto de vista adoptado. Algunos de estos casos implican lo que se llama a veces argumentación inauténtica, o sea gente que se

pone a discutir sin estar abierta al cambio de opinión ni correr ningún riesgo. Esa gente puede, por un lado, ejercer poder, amedrentar o amenazar, o bien puede, por otro lado, hacer promesas, usar un lenguaje hueco y una prosa sin sentido cuyo propósito es mover al interlocutor sin argumentar realmente. En el primer caso, el pionero en teoría de la argumentación, Wayne Brockriede, hablaba de "argumento como violación", en el segundo de "seducción" (véase Brockriede 1972).

Para mantener consistencia en la terminología y usar un vocabulario de tamaño medio, diré que la persuasión tiene grados variables a lo largo del continuo heurístico-erístico. Lo decisivo en la persuasión sigue siendo el tener en mente una idea fija y el deseo de ganar a tu contraparte hacia tu punto de vista. Un diálogo de persuasión erístico es uno en el que el protagonista, la persona que lleva la argumentación, no tiene ninguna intención de cambiar su opinión. Esto incluye a muchos políticos, la mayoría de la gente que discute de religión, y todos los adolescentes que disputan con sus papás, por no nombrar sino algunos casos. Un diálogo de persuasión heurística es uno en que el protagonista ciertamente quiere argumentar para convencerte, pero al mismo tiempo deja lugar a la posibilidad de estar equivocado y cambiar de opinión. A diferencia de la investigación heurística no empieza la discusión preparado a moverse de sitio, pero la idea no es imposible; el cambio podría ocurrir. La mayoría de las discusiones que tenemos con nuestros amigos y familiares cae en la categoría de persuasión, al menos, levemente heurística. También en esta categoría están las discusiones con comerciantes, vendedores y colegas. Pero, como veremos en la parte 2, no puedes nunca estar seguro de lo que está en juego en una discusión.

Es importante prestar atención y observar qué tan erística o heurística es la situación en la que estás metido. Si está hablando con alguien que en lo esencial aboga por una posición que quiere que tú adoptes, y no se muestra abierto a discutir, entonces las reglas son diferentes. Mientras más erística es la situación, menos esfuerzo debes poner en tratar de cambiar la opinión del otro: no va a ocurrir. En esos casos, lo más provechoso es escuchar, hacer preguntas y obtener la mayor información posible.

Las personas que adoptan una postura heurística a menudo indican esta actitud simplemente al ponerse a escuchar lo que tienes que decir y al responder directamente a lo que dices. Incluso quienes no son demasiado heurísticos pueden en algunos casos mostrar elementos heurísticos. Un candidato en campaña puede escuchar a los electores que están en desacuerdo con él

simplemente porque quiere saber cómo ve la gente los problemas. Así pues, una vez más, resulta esencial saber en qué punto de la discusión estás y de qué tipo es la discusión. En un diálogo de persuasión heurístico lo más importante que puedes hacer es escuchar con cuidado. A qué debes estar atento cuando escuchas y cómo escuchar es el tema de la siguiente parte, pero por ahora baste decir que el grueso de lo que necesitas para argumentar con éxito te viene dado si sabes en qué debes fijarte al escuchar.

Hasta ahora te has familiarizado con tres tipos diferentes de diálogo: la investigación heurística, la negociación y el diálogo de persuasión. Como siempre, lo que necesito decirte es que estas categorías son fluidas e imprecisas. No siempre es claro en qué tipo de discusión estás metido, y si bien saberlo es útil e importante, no deberías dejar que eso haga que te atores. Es más, suele haber giros de un tipo de diálogo a otro durante una discusión. Puede ocurrir que la discusión comience como investigación heurística y luego se deslice hacia un diálogo de persuasión, para luego volver a ser una investigación heurística. Douglas Walton llama a esto un giro dialógico; y argumenta que el no darse cuenta de un giro así puede resultar en falacias y errores. Si piensas, por ejemplo, que estás en una investigación heurística cuando de hecho estás en una negociación, entonces puedes caer en el grave error de suponer que a tu contraparte sólo le interesa el problema a resolver y no simplemente salir ganando (véase Walton 1998).

Una negociación puede salirse de cauce y convertirse en un diálogo de persuasión cuando hay un punto del que una de las partes no quiere moverse; o un diálogo de persuasión puede volverse una negociación cuando hay campo de maniobra. Además, una investigación heurística se puede mover hacia una negociación o un diálogo de persuasión y de regreso cuando hay un punto saliente o una idea dura de roer que necesita especial atención. Si el giro es suficientemente dramático, es provechoso retornar de manera clara y específica a la etapa de apertura, declarar entonces que sientes que ha habido un cambio y preguntar a la contraparte si tu intuición es correcta. Imagina que en el ejemplo de Té para dos (§1.3) Sofi sugiere que tal vez algunos días el empleado puede manejar solo el negocio. Emma protesta y dice que habían acordado desde el principio que al menos una de ellas estaría presente cuando el negocio estuviera abierto, y ella no quiere cambiar este acuerdo. Sofi podría decir algo como:

—Muy bien, pero deja ver si te puedo convencer de que no sería terrible si lo intentáramos una vez.

Al decir esto, Sofi ha anunciado que están abandonando la investigación heurística por un momento a fin de considerar esta idea, y que luego volverán a aquel otro tipo de diálogo.

¿Qué pasaría si Sofi simplemente hubiera comenzado a argumentar a favor de su punto de vista sin hacer ese anuncio previo? El riesgo sería que el contexto de investigación heurística en que estaban operando podría dañarse convirtiendo toda la discusión en un diálogo de persuasión. La buena voluntad y el espíritu de colaboración con el que habían estado trabajado podría perderse. A través del anuncio de giro dialógico, Sofi está poniendo entre paréntesis la parte persuasiva, concluyendo la cual ellas pueden continuar con la investigación heurística.

Tan importante como saber en qué clase de diálogo estás metido es conocer el grado de cooperación de que dispones. Dada una discusión, siempre cabe preguntarse: ¿dónde aproximadamente se encuentra ella en el continuo que va del extremo heurístico al extremo erístico? Saber esto influirá de forma importante la actitud que tomes, cuánta confianza y honestidad puedes ofrecer, cuánto crédito le puedes dar a lo que se te diga, y con cuánto afán debes buscar si hay agendas ocultas u objetivos no expresados. Cuanto más erística sea una discusión, tanto más cuidado debes tener por la razón obvia de que a tu contraparte le preocupa más el resultado que la investigación misma. Volveré sobre esto en la parte 2.

Es importante contrastar las situaciones que hemos venido discutiendo —investigación, persuasión y negociación— con un contexto radicalmente diferente en el que tienes poca o nula relación con tu público. Por ejemplo, podrías estar dando un discurso a un público que ya está de acuerdo contigo, y tú los estás exhortando a un mayor nivel de adhesión o tratando de confirmar a los indecisos. Una buena parte de lo que se escucha hoy día no es buena argumentación, sino lo que se llama polémica: argumentación diseñada para afirmar algo agresivamente y sin abrirse al desacuerdo. Esto suele pasar en los discursos políticos donde se asume sin más que quien esté en desacuerdo contigo está completamente equivocado, no tiene nada interesante que decir y, para acabar de una vez, es un traidor. La base en que descansa la visión de un polemista es que nadie que disienta de él merece ser escuchado. Pero la cosa es al revés: el hecho es que quien crea que no puede estar equivocado es un fanático y debes sacarle la vuelta. La primera vez que dije esto fue en mi libro How to Win an Argument (Gilbert 2008), y sigo creyendo firmemente en ello: No tiene ningún caso discutir con alguien que crea que no puede estar equivocado. Por supuesto, puede resultar útil intentarlo, y si lo haces, es posible que obtengas alguna información valiosa, pero si tu meta es hacerlo cambiar de opinión, estás perdiendo tu tiempo.

Cuando argumentas ante un grupo o un público grande, la dinámica es muy diferente que cuando tú y yo tenemos un desacuerdo. Cuando se trata de dos, y los dos nos conocemos, podemos cuestionar, dudar, explorar e investigar. Cuando doy un discurso a un público que te incluye a ti, no hay esa posibilidad en absoluto; y lo que es más importante aún, no tengo interés en que discutas conmigo en este segundo caso, ya que esto podría distraer o afectar adversamente a mis escuchas. Si te diriges a un público de 500 o de 10 mil personas, lo último que te importa es un individuo. Más bien, lo que preocupa es la mayoría; lo que quieres es llevarlos a que adopten tu idea. Un polemista no está interesado en el desacuerdo o en la discusión abierta, sino en una persuasión erística declarada.

Oír discursos o leer editoriales es algo que seguramente sueles hacer, y cuando lo haces, tus habilidades de pensamiento crítico te son útiles. Se trata de poder juzgar la fuerza de los argumentos, la aceptabilidad de las premisas y su relevancia de cara al problema en cuestión. Puedes ir incluso tan lejos que

imagines un diálogo o consideres lo que el autor podría replicar a tus objeciones. Todo eso es de gran utilidad, pero mi impresión es que tendrás un mayor interés en la argumentación cara a cara o en un grupo pequeño. Es en escenarios como este donde hay mayores probabilidades de que tu opinión se vea afectada o donde tú puedes causar mayor impacto. Es en la discusión cara a cara donde tus preguntas y objeciones recibirán respuestas reales. Por supuesto que los discursos influyen en la gente, e incluso la polémica puede jugar un papel considerable en la formación de opiniones; pero debes siempre detenerte antes de dar tu asentimiento completo y reservar tu juicio para cuando puedas involucrarte en la actividad de cuestionar y de dar y recibir argumentos. Están bien los discursos: si estás de acuerdo, confirman tu adhesión; y si estás en desacuerdo, te provocan pensamientos en contra. Sin embargo, el foco de este libro está en la argumentación interactiva, donde tus preguntas y tus argumentos pueden atenderse y obtener respuesta. Aquí es donde creo que tienes que cambiar de opinión si es que vas a hacerlo.

Recuerda que el problema con los discursos es que hay poco control social; nada impide que la gente diga todo lo permisible y hasta lo impermisible. Cuando seas escucha, trata de ver si el orador responde a las objeciones y contraargumentos, si toma en cuenta a aquellos que no están de acuerdo: si se le da un lugar a lo que Johnson (2000) llama la “capa dialéctica”. A veces te toca escuchar buenas argumentaciones que toman en cuenta las opiniones contrarias, como ocurre, por ejemplo, en una charla Ted (una serie de charlas, a menudo dadas por gente famosa, patrocinada por una fundación que se dedica a promover nuevas ideas, http://www.tedtalk.com); pero incluso en tales casos tú no puedes dirigirte al orador. El otro extremo se ha puesto en evidencia con demasiada frecuencia en las elecciones presidenciales de los Estados Unidos, en donde los autores de los discursos han distorsionado las posiciones del otro candidato, han alterado la historia, y de hecho han mentido descaradamente solamente por creer que tienen la razón, y piensan que tener la razón les da licencia para hacer lo que les venga en gana con tal de ser persuasivos. Eso es mucho más difícil de hacer en una discusión personal interactiva con alguien que conoces y te conoce, simplemente porque en ese caso tú puedes intervenir. Pero todavía más importante es que en este tipo de discusión personal, si alguien discute de forma sucia, ignorando las reglas de cortesía, de comunicación y de razón, termina por sufrir las consecuencias sociales de sus actos y los demás no querrán discutir ya con él.

Una palabra para terminar: prestar atención no es cosa fácil. Nadie presta atención todo el tiempo: ni tú ni yo ni nadie. Por ello es que cometemos errores,

dejamos de percibir señales e ignoramos argumentos que no debemos ignorar. Si no estás seguro de dónde te encuentras en una discusión, detente y atiende. No sigas adelante, embistiendo como un toro; para y repara, pregunta qué está pasando, y tómate el tiempo para organizar tus ideas y volver a enfocar tu mente. Una de las jugadas argumentativas más útiles que puedes hacer es decir simplemente:

—Espera un poco, déjame ver si estoy entendiendo. ¿Lo que estás queriendo decir es que…?

PARTE 2

TODO SOBRE LOS ARGUMENTADORES

Ahora que ya tienes una idea del concepto de argumentación o discusión, en esta parte aprenderás sobre la gente con quien argumentas. En la mayoría de los casos no argumentamos o discutimos con extraños, y pronto verás que este es un hecho crucial. Verás también que no siempre hablamos en el mismo plano y esto puede ser una causa para no lograr el acuerdo. Buscar el acuerdo es importante, pero también debes darte cuenta de cuál es la personalidad de tus contrapartes en una discusión, porque esos factores juegan siempre un papel. Uno de los principales factores es el género de la persona con la que discutes, y pronto verás qué importante es esto.

La mayor parte del tiempo discutimos con gente que conocemos. Lo que es aún más importante, la mayor parte del tiempo discutimos con gente con la que vamos a discutir otra vez. Es raro, pero no inaudito, tener una disputa con alguien que no conoces o que no volverás a ver. En general, tus discusiones son con amigos, familiares, compañeros de trabajo o escuela, vecinos. No solamente ellos, sino que hay mucha gente que ves regularmente, como médicos, empleados de tiendas donde somos clientes, mecánicos, y otras personas con las que interactuamos periódicamente. Yo llamo a esas personas tus conocidos, y ellos juegan un papel especial en tu vida, especialmente en tu vida argumentativa. Nos importa lo que esas personas piensan de nosotros, y mientras más cercanas más nos importa. Para la mayoría del mundo somos nuestras reputaciones, y si la gente quiere o no quiere confiar en nosotros, creernos, interactuar con nosotros, o incluso simplemente estar en contacto con nosotros depende de cómo nos ven, qué idea tienen de nosotros, si sonamos razonables y confiables. A esto se lo llama ethos.

No creas que estoy siendo ingenuo: sé perfectamente bien que hay gente que no se cuida de los sentimientos o deseos de nadie. A esta gente se la considera psicológicamente enferma y a veces se le etiqueta como sociópatas, psicópatas o fronterizos con la psicopatía o la sociopatía. Hay también gente que no sufre de trastornos psicológicos, sino que simplemente son mezquinos, egoístas y groseros. A esa gente yo la etiqueto súper-erística, y viven a un lado nuestro. Diré más sobre el cuidado y alimentación de los súper-erísticos más adelante; pero la mayoría de lo que tengo que decir en este libro depende de que tus interlocutores tengan al menos algún cuidado por la relación mutua en la que están contigo.

El hecho de que discutamos principalmente con nuestros conocidos es muy significativo. En primer lugar, significa que la etapa de apertura de las discusiones con ellos o es muy rápida o no existe, ya que hemos tenido numerosas discusiones previas, de forma que establecimos nuestras reglas de trabajo. Tú no solamente sabes con quién estás discutiendo, sino que sabes también cómo vas a discutir con ellos. Es sin duda posible que, ocasionalmente, tengas que regresar a la etapa de apertura con ellos, pero no tienes que volver a

examinar las reglas que vas a seguir cada vez que inicia una discusión; vuelves a examinarlas solamente cuando te encuentras un obstáculo en la discusión. Cuando Susana comienza a llorar cuando discute con Pepe y él le dice:

—Oye, no se vale llorar.

Entonces han regresado a la etapa de apertura. De parecida manera, si Alejandra le dice a Georgina que no va a discutir con ella si se pone a gritar, y Georgina le contesta que no está gritando, ellas han dado un salto de regreso a la etapa de apertura.

El segundo hecho más importante acerca de discutir con tus conocidos es que comparten un lenguaje. En el sentido más amplio eso significa que se entienden entre ustedes. Si alguien me presenta argumentos en chino, que ni hablo ni entiendo, eso es una pérdida de tiempo. De parecida manera, si se lanza terminología técnica en abundancia, entonces, a menos que estés familiarizado con esa terminología, no puedes emplearte a fondo en la argumentación. Médicos hablando con pacientes, abogados con clientes y profesores con estudiantes o no expertos aprenden a ajustar su vocabulario a su público. De hecho, todos lo hacemos: nadie habla con un niño de la manera que habla con una persona de la misma edad; solemos usar diferente vocabulario con amigos, familiares, colegas, extraños, etcétera. Eso nos lleva a un último punto importante acerca del lenguaje. Cuando hablamos con nuestros conocidos casi siempre usamos atajos. Si a un amigo le mando por celular el mensaje, “¿Ópera a las 8?”, él sabrá lo que significa, y sin necesidad de mayor explicación aceptará o rechazará una invitación a encontrarnos en nuestra cantina favorita, el Café La Ópera, a las 8 de la noche. Alguien que mire el mensaje fuera de contexto no tendrá idea de su significado o le dará uno muy distinto. A una persona así, si la quisiéramos invitar, tendríamos que darle el nombre completo y la dirección del lugar, pero incluso en ese caso sabrá que no quería yo decir que nos viéramos a las 8 de la mañana, una hora inapropiada para visitar una cantina.

Así, uno de los puntos importantes acerca de tus conocidos es que ustedes comparten un lenguaje. Usan el mismo vocabulario, y usan palabras, términos y nombres que tienen un significado compartido. Entre ustedes entienden ese

lenguaje compartido. Cuando menos familiaridad tengas con alguien, tanto más cuidadoso tendrás que ser a la hora de asegurarte de que entiendes lo que quieren decir. Por ello te sientes tan diferente cuando conoces nuevas personas o participas en una reunión con gente que no habías visto antes en tu vida. Te encuentras entonces en un estado de alerta mayor, más consciente de cómo usan el lenguaje, y prestas más atención de la usual a los matices y las sutilezas. ¡O al menos deberías hacerlo!

La cuestión del lenguaje y los atajos nos lleva a lo esencial del contexto. Este es un aspecto central de la naturaleza retórica de la comunicación: las palabras sólo tienen significado en un contexto. Para entender esto basta que abras un diccionario en una página tomada al azar o que busques una palabra simple como “tren” en el Diccionario de la Lengua Española (véase en internet <dle.rae.es>), en donde encontrarás 5 sentidos principales y unos 20 secundarios que tiene “tren” en asociación con otras palabras. Es el contexto, a veces con ayuda de la gramática, lo que aclara de qué sentido se trata. Trátese de un vehículo con el que viajas, de un conjunto de dispositivos para producir algo, de un modo de vivir, o de algo que no debes perder, la desambiguación la da el contexto, lo que sabes acerca de mí o aquello de que estamos hablando tú y yo. Es el contexto lo que filtra la ambigüedad natural del lenguaje, y cuando eso falla el resultado es confusión. Aquí va una divertida historia de la vida real, que requerirá poner ciertas frases en inglés para que se pueda entender.

Yo soy un entusiasta ahumador (smoker) de carne a baja temperatura y cocción lenta, y me paso buena parte de mi tiempo en el patio de mi casa ahumando carne de puerco, res y pollo, y blogueando sobre el tema. Puesto que la terraza de madera donde ahúmo se encuentra escaleras arriba sobre el patio, mi esposa se preocupó un día de que las cenizas pudieran dañar la madera. Fue entonces a una ferretería a comprar unas planchas de hojalata para poner debajo de mi ahumador (smoker) en la terraza. Para explicar al dependiente de la ferretería lo que ella quería, le dijo que yo era un ahumador (smoker, que también significa fumador) y que tenía miedo que la madera sufriera quemaduras. El dependiente sugirió que yo dejara de fumar. Ella le contestó:

—De ninguna manera, eso sería terrible, nos encanta que ahume [we love his

smoking].

—¿Les gusta que fume you love his smoking? —exclamó el dependiente.

Mi esposa insistió en que les encantaba y que lo que yo hacía era estupendo. Poco a poco el dependiente se fue dando cuenta de que mi esposa no hablaba de fumar cigarrillos, sino de ahumar costillas, pollo y cerdo tirado. Finalmente, le dieron las planchas de hojalata y yo volví tranquilamente a mi labor de ahumar.

El contexto lo es todo.

Las argumentaciones, discusiones, diálogos, negociaciones e incluso los pleitos, altercados y riñas ocurren siempre por diferentes razones. La gente quiere resolver problemas, explorar cuestiones, zanjar diferencias, expresar sentimientos, desahogar emociones, salirse con la suya, etcétera. Aunque estas cosas se dan por razones mezcladas, tienen todas algo en común: la gente involucrada persigue fines. He aquí algunos hechos básicos sobre los fines que la gente persigue:

Los fines son siempre múltiples.

La mayoría de la gente no es completamente consciente de sus fines.

Los fines suelen confundirse con los puntos de vista.

Comencemos con el número 1: ¿qué significa decir que los fines son siempre múltiples?, o dicho de otra manera: ¿cómo es que los fines son complejos? Cuando te metes en una discusión, sabes lo que quieres. Emma no quiere trabajar los domingos y Sofi no quiere perder clientes. Pero nunca son las cosas así de simples. En primer lugar, Emma, al igual que Sofi, no quiere que el negocio merme. Pero también: Emma no quiere perder la amistad de Sofi, quiere seguirle cayendo bien a Sofi, y no solamente quiere conocer los deseos de Sofi, sino que también quiere entenderlos. Sofi, por su parte, no quiere que Emma piense que ella es una esclava del trabajo o una codiciosa, sino que quiere que la

idea que tiene Emma de ella sea la de una socia atenta que se preocupa del bienestar de las dos. El punto es que siempre hay otros fines: juega un papel la conservación de las relaciones, lo que los psicólogos llaman “fines relacionales” o también “fines de imagen” (face goals). Estos fines u objetivos con frecuencia no están armonizados con los fines primarios o estratégicos, que fueron los que motivaron la discusión para empezar. Lo menos que hacen los fines de imagen es moderar y controlar los fines estratégicos. Si yo quiero que Edu me dé un aventón al aeropuerto y él dice que no puede, yo no voy a amenazar con ponchar las llantas de su coche; eso significaría el final de nuestra relación y de paso el final de los aventones al aeropuerto. Mis fines de imagen tienen que ver con la opinión que se hace de mí y lo que él piense que es mi opinión de él. La gente que ignora esos fines, como veremos en la parte 3, termina sola.

Puedes ver ahora por qué es tan fácil para la gente no darse cuenta de sus fines, como dice el hecho número 2 arriba. No tendemos a pensar en los fines de imagen en muchas situaciones y por eso no los tomamos en cuenta. La mayoría de las veces quedan sobreentendidos y solemos acordarnos de ellos sólo cuando algo sale mal. En otras ocasiones, cuando por ejemplo le estás pidiendo un aumento a tu jefe, es más posible que tengas una conciencia aguda de hasta dónde puedes llegar. Mientras que en tales situaciones los fines de imagen podrían serte muy presentes, ellos están allí también, aunque quizás en menor grado, cuando tratas con tu médico, el mecánico de tu auto o el mago de las computadoras. La mayoría de nosotros no queremos que la gente se aleje de nosotros.

El último de los tres hechos numerados arriba dice que se confunden fines y puntos de vista. Tal vez pienses que lo que te importa es tu punto de vista, pero en realidad hay fines más amplios que quieres satisfacer. Tomado en un sentido lógico, un punto de vista (o conclusión) es la base de toda argumentación. Puntos de vista típicos son:

—Quiero un aumento de sueldo.

—Deberíamos abrir los domingos.

—Lupita debería irse de campamento.

—Deberíamos subcontratar fuera de Jalisco (o de México).

El problema es que, cuando tomo como única meta el convencer a la contraparte de mi punto de vista, puedo pasar por alto oportunidades de satisfacer mis verdaderas metas subyacentes mediante medios alternativos. Considera el siguiente ejemplo, al que llamaré El campamento de Jorge. Supongamos que Lucía y Rogelio, papás de Jorge, están discutiendo si Jorge debe ir de campamento aunque el chico no tenga muchas ganas. Rogelio está en contra de forzarlo a ir a algo que no quiere, mientras que Lucía tiene miedo de que no se haga independiente. Ella no quiere que Jorgito sea el niño de mamá.

A Lucía se le ha ocurrido una solución al problema, pero podría haber otras. Si él cree que su único fin es que Jorge se vaya de campamento, entonces dejaría de considerar otras opciones para lograr el fin más básico que tiene ella de aumentar el sentido de independencia de Jorge. Cuando el foco es sobre el problema más que sobre una solución particular al problema, muchas alternativas podrían abrirse. Cuando te enfocas en el problema más que en una solución particular, hay más chances de aumentar el componente heurístico de la discusión.

Una palabra para terminar: la gente tiene a veces fines ocultos, objetivos que no quieren sacar a relucir por diversas razones. El fin que ocultan podría resultar embarazoso, podría ser egoísta, o podría implicar algún objetivo no compartido con tu contraparte. Beto podría objetar que lo enviaran a la tienda del centro porque su exnovia trabaja allí, pero nunca lo admitirá. Andrés no quiere aceptar el trabajo como cantinero porque es alcohólico. Sergio no quiere que Alicia vaya a la Escuela de Derecho de Ciudad Gótica porque él fracasó en esa escuela. Sea cual fuere la razón, los objetivos ocultos pueden dificultar más que resolver el problema o cambiar la opinión de alguien. La cosa con los fines ocultos es que a menudo tendrás la sensación de que algo está pasando de lo que no eres consciente, una sensación de que algo no está bien o es confuso. Cuando los fines son ocultos, tu contraparte tendrá dificultad para encontrar razones que resistan un examen crítico en vista de que no puede dar las razones que realmente tiene. Esta situación suele conducir a falta de claridad, y eso puede ser una clave de que está pasando algo más allá de lo que se escucha. Lo cierto es que, cuando te sientas confuso, lo usual es que haya una razón para ello. Confía en tus instintos.

Charles Willard señala que, cuando la gente argumenta, utiliza todas las herramientas de que dispone, y tales herramientas van bastante más lejos que los procedimientos lógicos y sistemáticos de la lógica formal e informal (Willard 1989). Las herramientas de discusión van más lejos que las palabras que usamos, más lejos que los aspectos discursivos de nuestros actos de comunicación. Esto significa, como discutimos arriba, que, por ejemplo, las emociones juegan un papel importante en comunicar, persuadir y poner al descubierto lo que es importante para nosotros y cuáles son nuestras posiciones y metas. En mi libro Coalescent Argumentation (Gilbert 1997) identifiqué cuatro modos distintos de comunicación. El primero es el modo lógico, que se caracteriza por argumentos que son lineales, tienen premisas y conclusiones fácilmente identificables, y tienden a dejarse modelar fácilmente siguiendo los métodos del pensamiento crítico. Prácticamente todo argumento (argument1) y toda discusión (argument2) tienen al menos un aspecto lógico. El segundo modo es el emocional: todos enviamos y recibimos señales emotivas que llevan un significado importante. Estas señales pueden manifestarse en parte en las palabras elegidas, pero también se revelan en el tono de la voz, el contexto, la postura y expresión del cuerpo.

El tercer modo lo he llamado el modo visceral, y en él se incluyen todos los aspectos de la argumentación que son físicos y circunstanciales. Desde un punto de vista retórico hay una multitud de factores que pueden influir en una disputa, y muchos de ellos son acontecimientos, situaciones y acciones físicas. Ejemplos del papel que juega la situación física es cuando un juez está sentado detrás de un pódium elevado y todos los que presentan sus argumentos se encuentran en una posición más baja, o cuando tu jefe está sentado detrás de un escritorio mientras que tú estás sentado enfrente y sin protección, o tu jefe se pone de pie y tú estás sentado y él se inclina sobre ti para señalarte algún punto. Pero lo contrario puede también pasar: tu contraparte se levanta del escritorio, lo rodea y va a sentarse a un lado tuyo, o te ofrece algo de beber, o te toca el hombro o simplemente sonríe. En otras palabras, muchas acciones son actos de comunicación, y todos ellos tienen lugar durante una discusión producida por un desacuerdo, y pueden afectar esa discusión.

Imagina que durante la discusión entre Emma y Sofi en el ejemplo de Té para dos (§1.3) la cosa ha dejado por un momento de ser una investigación heurística

y la charla se ha acalorado un poco. Tal vez Emma se resiste porque no está convencida de que Sofi ha captado lo importante que es para ella pasar los domingos con la familia. Supón ahora que Sofi, en medio de la discusión, se pone de pie y le prepara a Emma una taza de té: el mensaje que está enviando es de cariño y preocupación, y eso podría comunicarle mayor seguridad a Emma. Estas acciones se tornan parte del mensaje que Sofi está enviando. A diferencia de las palabras que usas cuando hablas, un mensaje es un paquete multi-modal, un acto completo de comunicación que transmite tu intención y lo que quieres decir; es un acto que utiliza tu cuerpo, el contexto y otra señal disponible para aclarar lo que deseas comunicar.

El modo visceral de comunicación es aquel en que ocurren todas esas acciones comunicativas. Es el escenario en el que están en juego los roles de poder, los roles de género, los roles sociales, así como las acciones y los acontecimientos. A veces el modo visceral puede ser el factor decisivo en una disputa. Si lo que queremos saber es quién es más veloz, podemos jugar una carrera y la carrera se vuelve parte de la argumentación. En este sentido, los acontecimientos deportivos pueden verse como argumentos acerca de cuál equipo o jugador es mejor. De parecida manera, un gesto, una sonrisa, una inclinación de la cabeza, pueden ser componentes en una discusión donde ellos resultan tan importantes como lo dicho con palabras.

El modo visceral, como todos los demás modos de argumentación, no es independiente de los demás. Todos están interrelacionados, y aunque puedes usar este modelo para describir y ayudarte a comprender lo que ocurre en las discusiones humanas, no debes esperar que sea un modelo demasiado preciso. Por ejemplo, una actividad visceral muy común en tus argumentaciones son las expresiones faciales. Si tu contraparte tuerce los labios durante tu presentación de un argumento, eso es un componente visceral, pero tú lo lees como señalando desdén. Luego, no debes confundir el modelo con la realidad.

No todo lo que conocemos es físico, y no todo lo que creemos puede ser puesto a prueba empíricamente. Algunas cosas, por ejemplo, los conceptos de amistad y amor, no tienen presencia física, pero parece que todos podemos identificarlos y comprenderlos. De otras cosas, como los fantasmas, demonios o ángeles, se debate mucho si existen, aunque un porcentaje alto de la población cree en seres invisibles, estos u otros, en particular una o más deidades. Este hecho hace que

debamos incluir la referencia a ellos en nuestro repertorio de los modos de argumentar. Si la gente habla de esos seres y se refiere a ellos, hay que tener manera de manejarlos en discusiones e intercambios argumentativos. Todas esas ideas —desde los duendes pasando por las corazonadas hasta los conceptos— caen en el dominio de lo kisceral, un término que he inventado derivándolo de la palabra japonesa ki, que se traduce a veces como “energía”, en el sentido que he venido describiendo.

Los argumentos en el dominio kisceral pueden variar mucho debido a la multitud de maneras en que confirmamos las creencias kiscerales. En este dominio a menudo te crees las cosas sin más trámite o señalas factores que podrían considerarse como irrelevantes, pero que son tomados como prueba de algo. Con mucha frecuencia, las argumentaciones kiscerales requieren de un primer paso sin el cual no pueden arrancar. Si, por ejemplo, tú no aceptas que un determinado texto sagrado viene directamente de Dios, o que una persona particular es un vehículo de palabras santificadas, entonces el argumento pierde toda su fuerza. Pero si estamos de acuerdo con la idea básica, o la concedemos por mor del argumento, entonces estaremos en posición de argumentar sobre todo tipo de ideas, sentimientos y creencias que fluyen de la creencia original. Pero, para que las cosas arranquen en el modo kisceral, debe haber un mínimo de convergencia al inicio.

Es bueno recordar que muchas de nuestras creencias más básicas, y no solamente las espirituales, tienen un aire de kisceralidad. Las creencias acerca de la primacía de capitalismo o socialismo, democracia o fascismo, tienen mucho más frecuentemente de lo que se cree su fundamento en asuntos de fe, por la simple razón de que los credos más básicos no pueden en realidad probarse (Sosa 2006). Esa es la razón por la que las discusiones en torno a esos asuntos suelen empantanarse: no hay suficiente terreno en común sobre el cual construir algún tipo de consenso. Todavía más, hay argumentos kiscerales que son de todos los días. Repito aquí un ejemplo que he usado en otras publicaciones. Diego anda comprando una casa y acaba de ver una. Se topa con su amigo Rodolfo y tienen la siguiente conversación:

—¿Compraste siempre esa casa, Diego?

—No, Rodo, me dio escalofríos en cuanto entré, y no quise saber más.

—¡Pero el precio era buenísimo!

—Yo no me quedaría con ella ni aunque me la regalaran. Me dio ñáñaras.

Llamaremos a este ejemplo La casa escalofriante, y creo que tendrás que estar de acuerdo en que entienda cómo piensa Diego. Se encontró en un lugar que lo hizo sentir muy incómodo y sencillamente no querría vivir allí. Recuerda, no se trata de que estés de acuerdo con él en que se trata de una buena razón; basta con que entiendas su sentir. Incluso podrías discutir con él sobre el tema y sugerir que la casa es nada más un poco tétrica y que si se la pinta y se le añade una ventana, la cosa cambiaría. Pero el punto es que entiendes a Diego. Sólo que no te olvides que comprender y estar de acuerdo no son lo mismo.

Puedes ver lo importante que puede ser el prestar atención al modo de argumentar que se está usando. Puede ayudar a comprender la dinámica de la discusión.

La mayoría de las veces queremos que nuestras discusiones terminen en el consenso. Si estás metido con una investigación heurística quieres estar de acuerdo en los resultados; quieres creer que juntos han llegado a la mejor respuesta, solución o creencia. En una negociación quieres que el acuerdo al que se llegó sea justo, equitativo y en el interés de ambas partes; y que ambas partes concuerden en esto. En un diálogo de persuasión una de las partes busca que la otra concuerde en su modo de ver las cosas. Las discusiones que no terminan en que las partes concuerdan dejan malos sentimientos y cabos sueltos. Estoy seguro de que tú quieres que tus conocidos se sientan a gusto consigo mismos y contigo, y eso significa contentos con el resultado de la discusión. Las mejores discusiones, como los mejores acuerdos de negocios, terminan siempre con que cada una de las partes se siente ganadora. Por supuesto, concluir una discusión puede tomar mucho tiempo: puede encenderse y apagarse, de forma que el acuerdo se tarde en llegar (Trapp y Huff 1985).

He escrito todo un libro sobre la idea de argumentación coalescente (Gilbert 1997), un estilo de argumentación que se basa en el acuerdo, y sigo pensando que es una de las mejores maneras de proceder. La idea es muy simple: tratas de comenzar con un acuerdo y continúas hasta que encuentres desacuerdo; una vez que ocurre te fijas dónde estás y examinas cómo puedes evitar el desacuerdo. Todo mundo estamos de acuerdo en muchas cosas; pero tendemos a enfocarnos demasiado en el desacuerdo y permitimos que sea el desacuerdo lo que organice y dirija la discusión. Necesitas regresar, más y más atrás, hasta llegar a creencias y presupuestos básicos a fin de encontrar un punto de partida común. Fisher y Ury escriben: “Detrás de las posiciones encontradas hay tantos intereses compartidos y compatibles como intereses en conflicto” (1981, 43). Son los intereses compartidos los que te hacen avanzar y, francamente, si de verdad no puedes encontrar ninguno, entonces lo más probable es que estés perdiendo el tiempo tratando de lograr consenso. La coalescencia es la localización de valores, creencias y fines compartidos, con lo cual puedes tratar de fusionar tus intereses con los de tu contraparte y construir sobre cosas básicas sobre las que hay acuerdo.

Un argumentador ordinario, no sofisticado, sin ninguna influencia por parte de la teoría de la argumentación, no se diga de la argumentación coalescente, enfocará su atención sobre las objeciones. Un hábito fundamental de mucha gente es el

enfocarte en lo que vas a replicar en cuanto crees saber lo que tu contraparte está diciendo. Pero en la medida en que lo que estás haciendo es elaborar tu réplica, en esa medida es obvio que no estás ya escuchando lo que te están diciendo, sino reaccionando a lo que crees que se ha dicho. Un nivel superior de argumentador corresponde a alguien que ha sido entrenado en el pensamiento crítico: esta persona escucha el argumento hasta el final y trata entonces de comprender su estructura y su fuerza, para finalmente encontrar las debilidades inherentes a él. Esto es mejor, ya que implica escuchar, pero puede ser insuficiente ya que ese escuchar es todavía superficial y centrado en localizar los puntos de desacuerdo. Hay demasiada concentración en las palabras y muy poca en el mensaje. Tú puedes hacerlo mejor.

El enfoque del pensamiento crítico es extremadamente útil, y lo que aprendes entonces se convierte en una de las herramientas más importantes en tu caja de argumentos. Lo que estoy sugiriendo es que incluyas otras herramientas que van más allá de las palabras pronunciadas o leídas. Esto no quiere decir que las palabras no sean importantes; claro que lo son. Pero lo que has visto hasta ahora en este libro te muestra que pasan muchas cosas en un desacuerdo más allá de lo que se está diciendo. Las emociones de los participantes, el número y complejidad de los fines que persiguen, la relación entre las partes, el tipo de disputa en curso, la etapa del diálogo en la que estás, etcétera, todo eso está en juego. Debes escuchar no solamente a las palabras, sino también a los múltiples significados, símbolos, actitudes, y a los actos de comunicaciones, aparentes y ocultos, que te son transmitidos. No se trata simplemente de hablar con la gente; se trata de interpretarla. Necesitas coleccionar, analizar y filtrar sus señales en un flujo de información casi continuo e instantáneo. Y lo haces, en la mayoría de los casos, sin siquiera pensar en ello. Lo que estoy sugiriendo es que lo puedes hacer mejor si piensas en eso.

He aquí una pregunta que suelo poner en mis cursos y talleres cuando estoy tratando de mostrar la magnitud y claridad con la que interpretamos a la gente. Piensa en tu actual o reciente relación romántica, y si no la hay, entonces piensa en una relación familiar cercana. ¿Cuánto tiempo te toma saber que algo anda mal cuando ves a la persona en cuestión? La mayoría de mis estudiantes me dice que es instantáneo o a lo sumo que toma unos segundos. Tenemos tanta confianza en nuestros juicios que, cuando, por ejemplo, Pepe le dice a Olivia:

—¿Pasa algo malo?

—No, nada —Olivia le responde en una voz dura y cortante.

Es claro que Pepe le va a creer a sus propios sentidos más que a las palabras de ella.

La teoría de la argumentación, y especialmente su rama retórica, pone un énfasis muy marcado en el papel del público o auditorio. El auditorio significa la persona con la que estás discutiendo, el comité en el que trabajas, o la comunidad a la que te diriges. Como Chaïm Perelman nos ha enseñado, el auditorio lo es todo, y una argumentación debe empezar por el consenso, o como dice él, “es indispensable el contacto de los espíritus” (Perelman 1982, 10). Pero todo auditorio es distinto, con lo cual en cada caso necesitas encontrar el terreno común a partir del cual echar a andar, un área de conocimiento compartido por los miembros del auditorio. Esto es lo que Tindale llama un “medio ambiente cognitivo mutuo”, que no es sino un conjunto de creencias y/o valores compartidos por un auditorio, un grupo o una persona (Tindale 1999, 105).

¿Dónde encuentras este medio ambiente mutuo en el cual se encuentran tanto tú como tu contraparte? La encuentras escuchando. Si escuchas atentamente a tu contraparte, verás que puedes encontrar áreas de consenso de las que puedes partir para localizar el corazón del desacuerdo entre ustedes. Si eso resulta imposible, entonces todo lo que pueden ustedes hacer es darle carpetazo a la discusión, alejarse de la disputa o detener la negociación. No tiene ningún caso en continuar. Habiendo dicho esto, cuando discutes con tus conocidos (lo que insisto ocurre en la mayoría de los casos), si no puede hallar el consenso, lo más probable es que no estás intentándolo tanto como debieras.

Encontrar consenso es un gran paso para aumentar el potencial de coalescencia, y deberías lanzarte a fondo para localizar consensos siguiendo la vía correcta. Con otras palabras, el consenso emocional (la simpatía) o la comprensión emocional (la empatía) son tan importantes como el compartir creencias o inclinarse por ellas. Por favor, fíjate en que creer verdaderamente en las ideas de tu contraparte no es tan esencial como comprenderlas. Ambas cosas

proporcionan un fundamento, pero la segunda, comprender al otro aunque estés en desacuerdo con él o ella, es más difícil. Con todo, comprender cómo sería creer lo mismo que cree tu contraparte puede ayudar.

La regla más difícil de ser coalescente en tus discusiones es esta:

Sé más heurístico que tu contraparte.

Si la contraparte en disputa está siendo muy heurística, entonces puedes tratar de emparejarte con ella; pero en la mayoría de los circunstancias no será así. Recuerda que la mayoría de la gente no está entrenada en la teoría de la argumentación, y su respuesta será a menudo crítica y agresiva. Con ello, el ser más heurístico no será difícil en la mayoría de los casos. El punto es que una actitud heurística va a encontrarse con una respuesta heurística o bien con una respuesta erística; pero una actitud erística siempre va a toparse con otra actitud erística, especialmente si la contraparte en la argumentación no tiene entrenamiento previo. Por lo tanto, tiene sentido ser siempre más heurístico que tu contraparte.

Una de las cosas que habrás notado en tus experiencias argumentativas a lo largo de los años es que la gente discute de formas diferentes; unos parecen tranquilos y atentos, mientras que otros agreden y atacan. Y no sólo esto, sino que a algunos les encanta discutir mientras que otros lo evitan como la peste. Estas características particulares han sido identificadas y examinadas en la psicología social. El ser agresivo se da en grados de bajo a alto, con algunas personas muy poco agresivas y otras algo más. El ser discutidor (en inglés, argumentative), por su lado, significa el grado en que a la gente le gusta o no discutir. Estas dos características son centrales a la manera en que discurre una discusión. El grado en que alguien es discutidor, de acuerdo con Rancer y Avtgis (2006), corresponde generalmente a argumentos mayores en cantidad y calidad, donde quien es muy discutidor tiene más éxito que quien lo es menos. Esto no es sorprendente. Cuando más disfrute alguien de discutir, tanto más probable es que preste atención a las discusiones, escuche bien y tome la actividad de discutir en serio.

Los factores relevantes han sido investigados por varios psicólogos sociales y de allí han surgido datos que pueden auxiliarte en tus discusiones. Richmond y McCroskey (2010, 360), por ejemplo, hablan de la “tolerancia al desacuerdo” de una persona y cómo ella tiene un impacto en la marcha de las discusiones. Hay personas que se ponen enseguida a la defensiva cuando se topan con que su interlocutor no está de acuerdo, mientras que otras lo llevan mejor. Dicho de otra manera, algunas personas toman el desacuerdo como un ataque personal, mientras que otras ven la crítica como dirigida al argumento y no al argumentador. Cuando Male le dice a Moni:

—¿A poco de veras te gustó la carne?

Moni inmediatamente se siente agredida y se dispone a defenderse, sea que el desacuerdo sea serio o no. Quienes aman discutir y al mismo tiempo tienen buena tolerancia al desacuerdo serán las mejores contrapartes en una disputa: les gusta discutir, pero no se toman personalmente el que alguien no esté de acuerdo

con ellos. Esto es algo a lo que aspira, algo que puede uno tratar de enseñarse a sí mismo. Puedes tratar de enfocarte en el argumento y no en ti como el objeto de desacuerdo. Si te gusta discutir y no te tomas un ataque personalmente, entonces serás capaz de proceder cuidadosamente. Por supuesto, el principal obstáculo para esto es la razón misma por la que discutimos: el desacuerdo.

A la mayoría de nosotros la mayoría del tiempo el desacuerdo no nos resulta atractivo. Sin embargo, como vimos antes, entran en juego muchos factores que modifican el desacuerdo e influyen en la manera en que se mueve la discusión. El darse cuenta de los fines, el grado en que ves conflicto entre los fines, el nivel de apego a ellos, y el grado de involucramiento personal, todo eso participa en la formación de la calidad del argumento. Si recordamos el hecho, tantas veces mencionado, de que solemos discutir con conocidos, sabemos casi siempre qué esperar. Eres consciente de qué tan discutidor y qué tan tolerante al desacuerdo es tu contraparte. Es provechoso que tomes estas cosas en cuenta cuando te preparas para una discusión.

El aspecto de las discusiones que nos disgusta a la mayoría es la agresión. A nadie le gusta sentirse atacado o asediado. Seguramente has conocido a algún jefe que recurre a la agresión apoyado por su autoridad para lograr que el otro esté de acuerdo. A esa gente nadie la quiere y a la larga tiene poco éxito. Obediencia no es lo mismo que convencimiento. Sabemos que los argumentos de alguien que es altamente agresivo “serán mal evaluados” (Infante Rancer, y Jordan 1996), e incluso se los rechazará con base en la conducta de esas personas. Lo contrario de ser agresivo es ser agradable, y no sorprende que los resultados sean opuestos. Si alguien es agradable y parece interesarse y escuchar, sus argumentos son tomados más favorablemente.

Considera un ejemplo al que llamaremos La inspección. Supongamos una gran organización con más de cinco mil empleados en una de cuyas plantas se requiere hacer una inspección de los baños. Resulta que una ley exige que los baños sean accesibles a las personas con discapacidad. La inspección se hará a todos y cada uno de los baños, y se elaborará una lista del equipamiento y la accesibilidad. En una reunión para discutir el tema, el vicepresidente (

VP

) se encuentra con la gerente de planta (

GP

). Imagina el contraste entre las dos siguientes conversaciones:

La inspección [A]

—Necesitamos hacer esto cuanto antes —le dice el vicepresidente a la gerente de planta.

Ella asiente y responde:

—Entiendo, pero será un trabajo complicado.

—Bueno, pues yo le dije al presidente que no se preocupara —repara el vicepresidente—, con lo cual no importa qué tan complicado sea. Hágalo y punto. Es la máxima prioridad.

La inspección [B]

En este caso, todo es igual hasta la última parte. Cuando la gerente de planta habla de lo complicado del asunto, el vicepresidente le dice:

—Bueno, pues yo le dije al presidente que no se preocupara. Sé que es un trabajo complicado y tenemos que hacerlo bien. ¿Qué recursos necesita usted? ¿Podemos elaborar un plan y un calendario?

En [A] la respuesta inmediata manifiesta mucha agresividad y te puedes imaginar que la gerente de planta no lo tomó bien. De hecho, ella probablemente se estresará y podría replicar también de manera agresiva:

—¡Tal vez si usted me diera la gente que necesito, podría lograr que se hicieran

las cosas!

En [B] una respuesta así no sería apropiada porque las dos partes estarían compartiendo el estrés. Reconocer que el trabajo es complicado y que se podrían necesitar recursos adicionales es una posición más agradable y demuestra comprensión.

Cómo reacciona la gente en discusiones es el resultado de numerosos factores, ante todo de cultura y de socialización. Tus padres te educaron en una cierta cultura, pero probablemente también tu postura frente a las discusiones. Si te pones a la defensiva ante un desacuerdo, si te tomas el conflicto como algo personal, si te acercas a una discusión o huyes de ella, son muy frecuentemente el resultado de tu educación (Hample y Cionea 2010). A mí, por ejemplo, me educaron en el barrio de Brooklyn, en Nueva York, donde no discutir era considerado un insulto: significaba que no estabas escuchando y no tomabas en serio a la otra persona. Si no discutías, eso quería decir que no estabas dispuesto a molestarte porque no pensabas que lo dicho tenía importancia alguna. Por otro lado, hay culturas donde discutir se considera una grosería y algo que no se hace, sobre todo de manera directa. Ser consciente de estas cosas se volverá importante más adelante cuando hablemos de descubrir las reglas de la argumentación. También es importante pensar en términos culturales cuando en la siguiente sección consideremos el papel del género en la argumentación.

En primer lugar, tenemos que ser claros y cuidadosos a la hora de generalizar cuando hablamos de género. Si bien por un lado podemos pensar que hay diferencias reconocibles en la manera como muchas o la mayoría de las mujeres u hombres discuten, hay numerosos factores que pueden jugar un papel y superar las diferencias de género. Esos factores incluyen la cultura, la geografía, la edad, la educación y el trasfondo personal. Con otras palabras, puede haber generalizaciones sobre mujeres y hombres que son más o menos válidas en muchas situaciones, pero a pesar de ello es posible que una mujer de la Ciudad de México discuta en un estilo más semejante al de un hombre de la Ciudad de México que al de una mujer de Antigua, Guatemala. Y no es nada más una cuestión de geografía, sino que hay investigaciones que indican que el nivel de educación es uno de los factores más importantes en qué tan parecida o diferente es la forma en que se comunican dos personas. Personas con educación universitaria discutirán de forma similar entre ellas con más frecuencia que lo hacen personas con diferentes niveles educativos. Por ello es que el género no es sino uno de los numerosos factores que hay que tomar en cuenta y de ninguna manera el único ni necesariamente el principal.

En la cultura occidental hay creencias ampliamente difundidas sobre las diferencias entre mujeres y hombres. La creencia de que las mujeres experimentan más emociones que los hombres es muy común. Sin embargo, la investigación muestra que eso no es así. Más bien lo que ocurre es que mujeres y hombres experimentan la misma cantidad de emociones, pero las mujeres expresan más emociones. Los roles sociales asignados a cada género dictan cómo expresas lo que sientes. Las mujeres tienen la expectativa, respecto de sí mismas, de que van a reaccionar de manera más negativa a cosas tristes, y los hombres menos (Rancer y Avtgis 2006). La emoción que los hombres se sienten más cómodos expresando es el enojo, puesto que es señal de dominación. Sin embargo, las mujeres muestran más enojo que los hombres en las discusiones domésticas. No es siquiera claro si los hombres son más agresivos que las mujeres en muchas otras situaciones (Frodi y Thome 1977). Es el rol que se espera que juegues el gran factor en tu expresión de emociones. Algunos varones jóvenes están conscientes de ello y tienen el acierto de verlo como un factor limitante o incluso como una carga (Edwards y Jones 2009), pero eso no hace que el fenómeno desaparezca.

Tenemos la expectativa de que las mujeres son más emocionales y cariñosas, que evitan más el conflicto que los hombres, y que utilizan menos la agresión. Cuando en un experimento se ponen parejas de mujeres y hombres a leer guiones idénticos que ilustran conflicto y agresión, los observadores los juzgan distinto dependiendo del sexo de la pareja (Infante, Rancer, y Jordan 1996). Una pareja de mujeres que lee exactamente el mismo guion que una pareja de hombres se juzga como más agresiva que los hombres. Por esta razón, entre otras, las mujeres podrían evitar parecer agresivas, aun cuando sientan agresividad.

Esto tiene consecuencias para las discusiones: ser discutidor, amar la discusión, se considera un rasgo positivo —un signo de autoridad o liderazgo— en los hombres, pero cuando las mujeres discuten, son etiquetadas como agresivas más que como amantes de discutir, y la agresión es una cualidad negativa. Es, si se quiere, como el “doble vínculo” de que se habla en psicoterapia: ser amante de discutir es algo que se celebra, y considera una cualidad importante para el éxito, pero si las mujeres muestran esa cualidad, entonces se las juzga a menudo como agresivas, lo que no está correlacionado con el éxito.

Las diferencias en la manera en que muchas mujeres y muchos hombres comunican han llevado a serios problemas e inequidades en las relaciones. Sin embargo, este libro no es primariamente acerca de cómo debe la gente discutir, sino de cómo de hecho discuten, lo cual significa que queremos saber cómo es la cultura de hecho y no cómo nos gustaría que fuera. En la cultura anglosajona, tal como la reporta Deborah Tannen (1990), hombres y mujeres comunican de formas distintas. Es importante estar alertas a que es más preciso hablar de estilos femeninos y masculinos, más que de mujeres y hombres, ya que hay muchos factores que influyen en el estilo que tengas. Hombres que se dedican a la enseñanza, al trabajo social que cuidan de sus niños, así como otros que ocupan posiciones en las que deben escuchar y estar atentos a los sentimientos, estados de ánimos y actitudes, terminan teniendo habilidades que solemos asociar con las mujeres. Paralelamente, las mujeres a menudo “cambian de código”, para usar el término de Lakoff (1990), lo cual quiere decir que utilizan una forma de comunicación cuando están en el trabajo y otra cuando platican con otras mujeres o en la familia.

Este no es el lugar para largas discusiones sobre las diferencias comunicativas

entre mujeres y hombres. La materia daría para un libro entero. (El de Deborah Tannen, Tú no me entiendes: mujeres y hombres en conversación, todavía se puede conseguir y sigue siendo divertido e interesante.) La forma más fácil de pensar sobre las diferencias es la que las describe como diferencias culturales (Maltz y Borker 1982). De la misma manera como debes sensibilizarte a la manera en que las personas de otro país se dirigen a ti, así debes hacerlo cuando hablas con personas de otro género. Las mujeres tienden a evitar el conflicto más que los hombres de la misma manera en que algunas culturas asiáticas evitan el conflicto más que las culturas occidentales; y mostrar emociones es aceptable en algunas culturas, pero no en otras.

Las quejas que se oyen por allí acerca de las discusiones entre personas de género distinto se deben a no saber qué reglas se aplican. Alicia le platica a Pablo sobre un problema en el trabajo, y él le responde sugiriendo cómo arreglar el problema, a lo cual Alicia reacciona negativamente. ¿Qué fue lo que Pablo hizo mal? Es sencillo: siguió la regla equivocada. Siguió la regla masculina: “ante un problema responde con una solución”, en lugar de seguir la regla femenina: “ante un problema responde mostrando que entiendes”. En la cultura de Alicia —la cultura femenina— la primera reacción es empatía, mostrar que se comprende la situación. En la cultura de Pablo la reacción no es empatizar sino resolver: así es como se puede arreglar el problema. Vale la pena observar que la respuesta masculina demuestra superioridad sobre la otra persona, mientras que la manera femenina demuestra igualdad. Estas son diferencias culturales (Lakoff 1990).

¿Cómo puedes entonces aprender las reglas? ¿Cómo aprendes a jugar al juego de la discusión de tal forma que apoyes y compartas con el otro? Es muy bueno que te preguntes eso, porque de esto precisamente trata la parte 3 de este libro.

PARTE 3

ARGUMENTANDO SE ENTIENDE LA GENTE

En la parte 1 aprendiste sobre los argumentos y en la parte 2 sobre los argumentadores. En esta parte vas a conectar ambas cosas para ver cuál es la mejor manera de proceder en una discusión. Vas a ver que existen reglas, y que esas reglas se derivan de la dinámica interpersonal en la situación social real. Y también vas a ver que si sabes de argumentaciones y de argumentadores, eso te lleva a darte cuenta de lo que promueve el consenso y las buenas discusiones.

¿Qué es un buen argumento, una buena discusión?

Hay argumentos y discusiones buenas y malas, inconcluyentes, suspendidas, constructivas, tontas, débiles, poderosas; mil adjetivos más podrían aplicárseles. Para el caso general, empero, todo viene a ser una sola cosa: ¿exactamente qué hace que un argumento o una discusión sean buenos? Aunque la respuesta a esa pregunta no sea simple, es una muy buena idea mirarla de cerca.

En primer lugar, si regresamos a una distinción que hicimos en la parte 1, hablamos de un argumento como tal (argument1) o de una discusión (argument2). Algunos de los adjetivos se aplican más a uno o al otro, otros a ambos. Por ejemplo, tomemos el adjetivo “tonto”: ¿es más apropiado aplicarlo a un argumento o a una discusión? Considera el siguiente argumento:

—Si Juan compra un billete de lotería, entonces ganará con seguridad los 500 millones de pesos.

Este argumento es tonto porque las loterías no funcionan así. Por otra parte, podríamos tener una larga discusión acerca de algo muy trivial, por ejemplo, acerca de dónde viviríamos si nos ganáramos esa lotería, y darnos cuenta de que estábamos tonteando. Pero la cosa se pone peor. Dependiendo del valor que asignemos a las argumentaciones de que hablamos, ellas podrían ser buenas en algunas cosas y malas en otras. La argumentación trivial podría conducirse muy bien en el sentido de ser considerada, atenta, y otras cosas lindas como éstas, todo ello a pesar de que el tema entero de la argumentación sea tonto.

En segundo lugar, tenemos la pregunta de qué tipo de diálogo es aquel en el que estamos. Una buena argumentación en una investigación heurística podría no ser tan buena en un diálogo de persuasión. Negociar es a su vez algo muy distinto; en la negociación quieres conceder tan poco como sea posible, mientras que en la investigación empírica eso no es un problema. En esta parte del libro vas a entender el lugar de las reglas en la argumentación y de qué manera es posible determinar cuáles son. Para empezar, debes familiarizarte más con tres términos que mencionamos. Ellos son quizá los tres términos más centrales a toda la empresa de argumentar y son el tema de la siguiente sección.

Una de las maneras clave en que se distinguen las discusiones es en el grado de cooperación entre los participantes. Típicamente, las discusiones van desde la investigación heurística, que tiene el más alto grado de cooperación, pasando por la negociación, donde cada parte desea los mayores beneficios, pero busca la satisfacción de ambas partes, hasta la persuasión, donde conoces bien tu opinión y lo que estás tratando es de convencer a la otra parte de que tenga la misma opinión que tú. El problema es que tienes que detectar qué tan heurístico (o erístico) es tu contraparte; y eso no es siempre fácil. Tú sabes que hay gente que nunca cree estar equivocada; y aunque la acorrales, halla alguna salida de cualquier manera. Son personas inherentemente erísticas y sienten que su ego depende de ganar y estar en lo correcto; esa gente suele tener un alto grado de agresividad. Otras personas no son totalmente erísticas, pero tienen áreas o temas en los que no ceden. Es posible, por supuesto, que haya personas que son siempre heurísticas, pero semejante estado argumentativo, tipo Buda, es algo sumamente raro.

La verdad es que los factores que integran qué tan heurística sea una discusión pueden ser múltiples. El tema de discusión, la historia personal que tengas con tu contraparte, lo que esté en juego (o se crea que está en juego), el estado de ánimo del momento que tengan las partes, las relaciones de poder y de género, el escenario, e incluso el clima pueden jugar un papel, y de seguro lo jugarán. Si eso te parece una exageración, si no logras imaginarte cómo es que tales cosas pudieran llegar a ser relevantes, considera la manera en que evalúas el contexto y la oportunidad cuando estás planeando sacar a luz un asunto controvertido. Si esperas que tu contraparte —sea tu socio de negocios o tu pareja— esté en desacuerdo, entonces vas, en la medida de lo posible, a hacerte la pregunta: “¿Es ahora un buen momento para hablar del tema?” Al hacerlo estarás tomando en cuenta el contexto, incluyendo el estado de ánimo de tu interlocutor. Si mi jefe acaba de volver de reunirse con su jefe y se le ve alterado, y entonces me mira con ojos de “¿y ahora qué?”, ciertamente voy a dejar mi petición de asueto para un mejor momento. Esto es simple sensatez.

Las personas tienden a ser heurísticas cuando no se sienten amenazadas. Si sientes que alguien quiere algo de ti, y tú no estás seguro de qué es lo que quiere o por qué lo quiere, tenderás a ser más reservado, más cauteloso, y menos dispuesto a consentir. Cuando las cosas están sobre la mesa, y tú sientes que tu

interlocutor está abierto al cambio, entonces estarás más dispuesto a escuchar. Eso significa que debes ser comprensivo tanto con tu interlocutor como contigo mismo, y eso a su vez significa apreciar de verdad tanto tus propios fines, objetivos y creencias, como las de tu contraparte. En el ejemplo de Té para dos (§1.3), Sofi está alerta y tiene en consideración la necesidad de Emma de no trabajar en domingo, y eso significa que Emma sabe escuchar las ideas de Sofi sin temor a que sus propios fines se ignoren o pisoteen. Fíjate en que Emma tiene claro su objetivo; sabe que este no es que la tienda se cierre los domingos, sino más bien no trabajar ella los domingos. Incluso este modesto grado de sofisticación permite una interacción más heurística.

Si pasamos del simple caso de Té para dos (§1.3) a algo mucho más complicado, nos lleva a las mismas consideraciones. Los grandes convenios sindicales, por ejemplo, deben tener presente que los negociadores sindicales deben aparecer de cierta manera ante sus miembros. Más de alguna vez se ha botado a los líderes sindicales porque las negociaciones fueron muy serenas por demasiados años. Se trata de una actitud desafortunada, pero no menos real. Por increíble que parezca, las necesidades emocionales que los miembros del sindicato tienen de parecer fuertes, pueden tener una influencia abrumadora sobre el futuro de las negociaciones, con lo cual tenemos que la meta aparente de un convenio puede ser lograr un buen contrato colectivo, pero los negociadores tienen al mismo tiempo otras metas que hay que considerar también. Por esta razón, mientras más gente esté involucrada en un desacuerdo, tanto más compleja es probable que llegue a ser, puesto que el número de metas y objetivos se multiplica enormemente.

Como indicamos arriba, el foco de Argumentando se entiende la gente es primordialmente la discusión de dos personas cara a cara o la discusión en grupos pequeños. La dinámica de los discursos públicos, en donde uno se dirige a grandes auditorios, es muy diferente de los diálogos que ocurren entre conocidos. Como se mencionó antes, un político que pronuncia un discurso es algo muy diferente de un empleado que intenta convencer a su jefe de que aumente las pausas en el trabajo, y dos políticos sosteniendo lo que ellos llaman un debate no se parece en nada a una pareja decidiendo comprar una casa. Una razón crucial de estas diferencias es nuestra segunda idea clave, el ethos.

El ethos corresponde aproximadamente a la reputación o al carácter de alguien,

pero la idea tal como la usamos se enfoca mayormente a las ideas de honestidad, confiabilidad e historia personal. Cada uno de tus conocidos tiene un cierto ethos a tus ojos, y éste se ha ido construyendo al paso del tiempo. Hay gente que conoces a la que “confiarías tu vida”, y hay otros a quienes “no podrías confiar ni tantito”. Tienes amigos que siempre llegan tarde y otros que nunca son impuntuales; conoces compañeros de trabajo que nunca dejan de hacer lo que se les pidió y otros que hay que estarlos arreando. Todo eso son componentes del ethos y tiene control sobre la manera en que tratas con alguien y en cómo ellos tratan contigo.

La primera vez que conoces a alguien normalmente los aceptas de una manera más o menos positiva; la mayoría de los seres humanos somos bastante confiados, aunque con límites. Si confías demasiado, se te considera crédulo e inocente, si no confías ni tantito, se te considera cínico. La mayoría de los seres humanos nos situamos a medio camino, y tendemos a mirar favorablemente a la gente hasta que abusan de ello. El nuevo empleado que chismea, el novio que engaña, la pareja que te falta al respeto, o el socio que no asume su responsabilidad, todos ellos bajan en tu estima, con lo cual disminuye su estatus etótico (es decir, relativo al ethos). De la misma manera, el compañero de trabajo que te cubre las espaldas o el amigo que es comprensivo cuando llegaste tarde contra tu voluntad, suben en tu estima y mejora su estatus etótico.

El ethos es un fenómeno complejo en parte porque alguien puede tener un estatus alto en una categoría, pero no en otra. Alguien por cuyo trabajo sientes respeto podría no ser alguien en quien te sentirías cómodo confiando. Es fácil también que alguien caiga dramáticamente en tu evaluación etótica. Alguien que te decepciona seriamente debe trabajar duro y por largo tiempo a fin de restablecer su estatus ante ti. El estatus es importante porque determina qué tan abierto puedes ser con alguien a la hora de discutir. Si ustedes dos tienen una desavenencia, pero sientes que estás hablando con alguien de confianza, alguien que comparte tus intereses y se enfoca a resolver problemas y no a ganar, entonces podrás proceder de forma más abierta y menos estratégicamente que con alguien con quien tienes una actitud menos positiva.

Cómo evaluemos el ethos depende en gran medida del contexto, nuestros fines mutuos, dónde estamos discutiendo y sobre qué asunto. Todo eso puede arroparse bajo el término auditorio. Siempre que hablas con alguien, te acercas a la conversación de una cierta manera dependiendo de quién crees que es esa persona y cuáles imaginas son los fines que abriga. Si te encuentras a alguien

que suena como extranjero y tiene una mirada perpleja, asumes la actitud de “hay que ayudar a los turistas”: pones tu mejor sonrisa y tratas de parecer lo menos amenazador y lo más comedido posible. Si es tu jefe quien se dirige a ti, pones cara de interés y preocupación como para mostrar que le eres útil.

Una parte muy importante del concepto de auditorio es comprender cuáles son las creencias compartidas, qué es lo que tienen en común tú y ellos. Muchos estudiosos de la argumentación, pero especialmente Perelman, Brockriede, Hample, Willard y Tindale, enfatizan que, sin valores y creencias compartidas, las discusiones no pueden avanzar. Ello significa que si no tenemos al menos un mínimo de ideas y valores en común, no tendremos una base sobre la que empezar a discutir. Todavía más, si discutes con alguien, lo que quieres es empezar con creencias compartidas y construir sobre ellas para llegar al punto controvertido. Siempre queremos partir de aquello en lo que estamos de acuerdo. En el ejemplo de Té para dos (§1.3), Sofi y Emma están de acuerdo en que no quieren que el negocio sufra, pero también en que Emma necesita tiempo para su familia. Este punto de partida compartido, aceptado y respetado por ambas partes, significa que pueden explorar juntas sus opciones. En una negociación entre sindicato y gerencia, si hay consenso en que la economía pasa por un bache y el negocio no va tan bien, las dos partes pueden trabajar con ese punto de partida. En un diálogo de persuasión, encontrar el terreno común también es esencial, porque sin él no es posible construir un acuerdo ulterior.

Hay muy pocas personas con las que no tengas algo en común, y ciertamente ninguna de ellas es parte de tus conocidos. De hecho, con ellos suele haber un montón de cosas que se dan por sobreentendidas y no necesitan discutirse en detalle o incluso en absoluto. Estas creencias y valores te capacitan para comunicarte sin tener que estar recuperando continuamente el terreno común sin el cual no puede haber discusión. Si eso no es así, entonces es necesario mantenerse en la etapa de apertura hasta que se establezca algo en común que sea suficiente. Pepe y Oli están negociando, y Pepe dice:

—Queremos mantener el negocio, ¿no?

Lo que Pepe está enfatizando es la creencia común de que algo que estaba inicialmente sobreentendido podría ser objeto de duda. Más allá de tales creencias específicas al auditorio tenemos un conjunto de valores que la mayoría de los seres humanos damos por sentadas: el placer es mejor que el dolor; la educación es un bien; las obligaciones con la familia son primero; la vida es mejor que la muerte. A estas creencias las llama Perelman lugares (en latín, loci) y normalmente no son objeto de disputa (aunque, ojo, como todas las demás cosas, puede ocurrir que se vuelvan tales).

Permítaseme ser un poco filósofo por un momento. Tú sabes que, cuando quieres defender un punto de vista, das una razón. Quieres, por ejemplo, que haya más becas para estudiar, y la razón que das es que un pueblo educado conviene a la democracia. Ahora bien: esa razón que das podría cuestionarse y entonces se torna un punto de vista que exige una razón.

—¿Por qué un pueblo educado convendría a la democracia?

Ante eso tú explicas que es menos probable para un pueblo educado ser víctima de los engaños de déspotas o dictadores carismáticos, ya que un pueblo educado requerirá que se le den razones. Pongamos que tu interlocutor te pregunta:

—¿Y qué tiene de malo un dictador?

Es claro que ya están ustedes en un regreso al infinito. Eso quiere decir que cada razón que des podría ella misma ser cuestionada y podría pedirse una razón para ella. Si bien esto es un juego favorito de los estudiantes de filosofía (y de los niños de tres años), pasa pocas veces en la vida real, y la razón de ello son precisamente los loci, las creencias ampliamente compartidas, los lugares comunes. Según regresamos cada vez más atrás en búsqueda de razones de fondo, normalmente llegamos a un lugar en que cuestionar la razón que se acaba de dar es una tontera. De esa forma, a pesar de los estudiantes de filosofía (que a eso se dedican), si caemos en un regreso al infinito lo que eso significa es

simplemente que no tenemos suficientes cosas en común como para continuar la discusión.

A todos nos ha pasado que se nos distraiga la atención. Sabes a qué me refiero: estás leyendo un libro y de repente te das cuenta de que no has captado ni una palabra de las últimas dos páginas (es algo que les pasa a los estudiantes todo el tiempo), o bien estás viendo la tele y te das cuenta de que no estabas prestando ninguna atención. El hecho es que hay límites a lo que puedes atender al mismo tiempo. Si estás enfocado en una cosa, entonces las demás te van a pasar de lado, lo cual explica por qué prestar atención a tu contraparte en disputa tiene una importancia tan crucial. Yo, por ejemplo, tengo la costumbre de escuchar un audiolibro cuando saco a pasear a mi perro, y sé que incluso algo tan simple como cruzar la calle puede distraer mi atención de la trama de la novela que escucho.

Cuando discutas, no importa de qué tipo de diálogo se trate, debes prestar atención a dos cosas. La primera es lo que te están diciendo, y la segunda es la persona que te lo está diciendo; y ambas cosas son igualmente importantes. En primer lugar, las palabras no tienen significado por sí mismas; deben entenderse en contexto. Imagina que vas a hacer una presentación en el trabajo, y cuando te despiertas en la mañana ves que las calles están completamente cerradas por una tormenta de nieve (esto lo dice un canadiense), y no hay manera de llegar al trabajo. Tú dices entonces:

—¡Genial!

Ahora yo, que comparto el departamento contigo, te escucho, pero ¿cómo sé lo que has querido decir? Puedes haber querido decir:

—Genial, ahora tengo más tiempo para preparar mi presentación.

Pero también puedes haber querido decir:

—Genial, ahora que estoy superpreparado y listo para ir y hacer un gran papel, resulta que debo postergar todo y estresarme todo un día más.

Solamente tu tono de voz, y el conocimiento que yo tenga de ti me permitirá llenar los huecos en la información.

Tienes pues que prestar atención a lo que se dice, cómo se lo dice y quién lo dice. Con otras palabras, tienes que escuchar el mensaje y no solamente las palabras que lo transmiten. Es mucho, especialmente cuando en ti hay una muy fuerte tendencia a pensar en lo que tú vas a decir en lugar de escuchar lo que te están diciendo. Pero el hecho es que una gran cantidad de que lo necesitas saber te lo da tu conocimiento de tu interlocutor, y sin esa información no sabrías cómo proceder. Dicho simplemente, si no entiendes los fines, objetivos, creencias y sentimientos de tu interlocutor, no tienes ni idea de si vas siquiera a estar de acuerdo o en desacuerdo, mucho menos qué sigue. Regresando al ejemplo de Té para dos (§1.3), si Sofi supiese que Emma no quiere abrir los domingos, pero no por qué, entonces es altamente probable que va a discutir en vano. El problema para Emma parece ser el de no abrir los domingos, pero si Sofi escucha, entonces entiende que el objetivo más importante de Emma es estar con su familia y no que la tienda permanezca cerrada.

El problema es en cierto modo que la gente a menudo no sabe en realidad lo que quiere, y si quieres discutir con éxito, tienes que averiguarlo. Puede quizá parecerte extraño que te diga que la mayoría de la gente no sabe lo que quiere, pero por favor regresa en tu mente a la discusión anterior sobre los fines. Tendemos a enfocarnos en un fin que suele ser la solución, pensada por nosotros, a un problema, y eso deja fuera otras posibilidades que podrían resolver el problema —satisfacer nuestros fines— y hacerlo de una manera que también satisfaga los fines de nuestro interlocutor. Dos cabezas son de verdad mejor que una, ya que la manera que tú encuentres para resolver el problema que tenemos los dos podría ser mejor que la mía.

El otro aspecto de la relación comunicativa que existe entre tu interlocutor y tú

es la importancia de conservar la atención y el cuidado por lo afectivo, la conciencia de las emociones y sentimientos que se expresan. Si la contraparte en disputa expresa enojo, frustración o se está poniendo de mal humor, entonces tienes que evaluar lo que pasa. La molestia de parte de tu interlocutor puede ser signo de muchas cosas, y es crucial que prestes atención y trates de averiguar la causa. Con frecuencia hay una meta o agenda oculta, y la discusión se está acercando a ella. En otras ocasiones lo que pasa es que el resultado es más importante para tu interlocutor de lo que tú pensabas.

La mayor clave de que dispones es tu propio sentido de que “algo anda mal”. Los seres humanos somos animales, y como la mayoría de los animales, tenemos instintos y sentidos que nos advierten de muchas cosas. Desde la infancia hemos aprendido a prestar atención a los sentimientos de nuestros padres y cuidadores, siempre al pendiente de cuando se nos está pasando la mano o el humor de ellos ha comenzado a cambiar. Nuestras vidas, después de todo, dependen de ello. Conforme hemos crecido, nos hemos sintonizado con nuestros amigos y colegas, sensibilizándonos a cuando están contentos o disgustados, y reaccionando apropiadamente. El no tener esta capacidad se considera un problema de salud mental, ya que comprender los sentimientos de otras personas es un componente natural de la supervivencia. Cuando sientes que algo pasa con tu interlocutor, lo más probable es que aciertes: tus instintos suelen estar en lo correcto.

Para ser un buen argumentador tienes que estar en sintonía con la gente con la cual interactúas. Imagina a Jaime y su esposa Cristina regresando de una cena que ofrecieron Pepe y Oli. Jaime dice:

—No consigo entender cómo fue que Oli se molestó tanto, simplemente porque a Pepe se le olvidó sacar el helado del congelador.

Cristina voltea a mirar a Jaime, alza las cejas, y dice:

—Su molestia no tuvo nada que ver con el helado.

Jaime abre mucho los ojos y dice:

—¿No tuvo nada que ver?

Para poder discutir bien, hay que estar en sintonía como lo está Cristina y no tomar las cosas en el nivel superficial en que las toma Jaime.

Si bien es cierto que algunas personas tienen una sensibilidad emocional natural, muchas otras lo aprenden por los azares de sus profesiones, su papel en la vida, o su interés por los demás. Las mujeres, los maestros, los trabajadores sociales y demás personas cuyas profesiones están asociadas el servicio de otros, necesitan estar siempre pendientes de los problemas emocionales con los que se topan de continuo. Las mujeres aprenden desde tierna edad a que necesitan interpretar a los niños tanto como a los muchas veces hombres poderosos que están a su derredor. Lo mismo pasa con quienes en el sentido más amplio trabajan en profesiones al servicio de los demás: estas personas aprenden a interpretar a quienes enseñan o ayudan, al menos si pensamos en quienes hacen bien su trabajo. Por supuesto que hay excepciones, pero lo que importa aquí es lo que vale en general.

¿Recuerdas lo que dije antes (§2.3) cuando pregunté cuánto tiempo te toma, al volver a casa, para darte cuenta de que algo anda mal con tu esposa, pareja, novio o novia? A menos que de veras no pongas atención, te das cuentas en un instante, ¡incluso por teléfono! De ese tamaño es la sintonía que tenemos con nuestros conocidos. También estás en sintonía con personas con las que interactúas con menor frecuencia, aunque lo estás en menor grado también. No obstante, cuando la joven que te prepara tu café por la mañana en la cafetería está alterada, es muy probable que lo notes. Cuando la reunión con tu jefe o tu profesor no marchó bien, deberías ser capaz de reflexionar sobre ello y ver si se te pasó algo o hiciste una jugada equivocada en vista de la atmósfera emocional de la reunión. El punto importante es que, si escuchas y pones atención al mensaje que contiene tanto la información transmitida como los componentes afectivos y emotivos, podrás discutir y comunicar de una manera rica y

provechosa.

Uno de los puntos que vimos en la última sección fue que la gente suele ser poco consciente de muchos aspectos y variaciones en sus objetivos. Esto no sólo aplica a nuestras contrapartes, sino también a nosotros mismos. Puede que creas que sabes lo que quieres, pero puede que alguien más tenga una mejor manera, o una manera más agradable y cooperativa, para conducirte a tu fin. Una de las razones de esta poca conciencia es que todos tendemos a ser un poco rígidos en nuestras creencias. Cambiar de opinión no es algo que hagamos fácilmente o a la ligera. Por supuesto que hay creencias a las que nos aferramos con mayor fuerza que otras, y aquellas que tienen poca fuerza son mucho más fáciles de cambiar. Si, por ejemplo, creo que mi amigo y yo vamos a ir a un juego de futbol el miércoles de la próxima semana y él me envía un mensaje diciendo que podemos vernos el jueves antes del juego, verifico las fechas y si veo que me equivoqué cambio mi idea. Por otro lado, si por alguna razón llegara a convencerme que mi idea de que vivo en Toronto es errónea, casi con toda seguridad pensaría que estoy sufriendo un colapso nervioso.

Míralo de esta forma: nuestras creencias forman una red; están todas conectadas; y conforme nos acercamos al centro de la red, las conexiones son mayores y, por tanto, más y más difíciles de cambiar. Es como el juego de palillos chinos: no puedes sacar un palillo de los que quedaron en el centro sin mover los demás; tienes que comenzar con los palillos que quedaron en los márgenes y de allí trabajar hacia adentro. Cambiar las opiniones de alguien es parecido, y a menos que prestes atención a su red de creencias, no podrás progresar. La gente se aferra a sus valores y creencias por una razón: si la red es débil, es algo penoso; crea inseguridad e incertidumbre, estados que preferimos evitar. Nos resistimos a admitir error, cambiar nuestras opiniones y admitir que nos habíamos equivocado; pero me importa insistir en que eso es una mera costumbre y como tal perjudicial a la buena comunicación y argumentación. En lugar de aferrarnos a nuestras creencias y valores, deberíamos estar siempre preparados para cambiarlos, mejorarlos y alterarlos.

Yo tengo un mantra que enseño a mis estudiantes e imparto a quienes participan en mis talleres:

Recuerda: a pesar de todo, ¡podrías estar equivocado!

A los antiguos filósofos que tenían esta creencia se les llamaba escépticos. Ellos creían que no había verdades absolutas y que no había nada que no pudiese mostrarse como falso. Esto sirvió de base mucho después para Sir Karl Popper (1979), quien argumentó que, si bien sabemos que estamos en el error, en cambio nunca podemos tener certeza de estar en lo correcto. Todos sabemos que en la naturaleza no existe una rosa negra, pero por más rosas rojas, rosas blancas y rosas color de rosa hayamos visto, nuestro punto de vista podría volverse falso con una sola rosa negra que alguien descubriese en alguna jungla remota.

Todo podría ser falso. Tomemos una de las verdades más simples y básicas: 1 + 1 = 2. Obviamente, si hay algo verdadero, es esto. Pero piensa ahora qué pasa cuando sumas dos colores: no obtienes dos colores, sino uno. Luego, en este caso 1 + 1 no es igual a 2. Si tomamos la cosa en bulto, discutimos sobre hechos o sobre valores. Cuando hay desacuerdo sobre los hechos, no tiene caso discutir; simplemente verificamos. Si esto no funciona, eso significa que el desacuerdo ya no es sobre hechos, sino sobre las fuentes de evidencia que estamos usando. Recuerda el ejemplo del Triple Play (§1.2): si yo, un fanático de los Blue Jays de Toronto, insisto en que hubo un triple play, me apoyo en lo que vi con mis propios ojos en lugar de apoyarme en los libros de récords. Tú, en cambio, podrías insistir en que el Almanaque de Beisbol es la autoridad apropiada; pero cuando manifiesto mi desacuerdo, terminamos discutiendo, ya no sobre el triple play mismo, sino sobre a quién toca decidir. La palabra inglesa honor se escribe en Canadá igual que en Estados Unidos, pero en el Reino Unido se escribe honour (con una u). Cuál de las dos maneras de escribir la palabra es la correcta depende de las autoridades que elijamos.

Esto es importante porque afecta la manera en que debes ver tus posiciones y las de tu interlocutor. Si tú entras en una situación creyendo que tienes la verdad, pero no puedes estar equivocado, tu capacidad de escuchar está muy disminuida. Pero si estás abierto y eres capaz de incluir en tu postura aspectos de la postura de tu contraparte, entonces es más posible hacer progresos. En una negociación, respetar las razones por las que tu contraparte desea alcanzar ciertas metas, puede ayudarte a avanzar. Incluso en una investigación heurística, el tratar de ver el mundo de la manera en que lo ve tu contraparte y entender por qué sostiene las cosas que sostiene, puede ayudarte a obtener una mejor respuesta.

Un último punto respecto de mi mantra: “no creas nada”. Probablemente se te ha ocurrido que habría que decirme que, si el enunciado: A pesar de todo, ¡podrías estar equivocado!, también podría estar equivocado, de forma que tendríamos una paradoja. Sí, es correcto, y es correcto porque el mundo es paradójico. Somos nosotros los que le damos sentido al mundo, no el mundo el que se explica a nosotros. No se diga más.

Todos sabemos que en muchas ocasiones hay una diferencia entre lo que hacemos y lo que debemos hacer. Debemos detenernos completamente cuando aparece la señal de “alto”, pero casi siempre seguimos un poco. Debemos comenzar a trabajar en este ensayo o este proyecto antes de la fecha límite, pero no siempre lo hacemos, ¿verdad? Es contra las reglas quedarse con un libro más allá de la fecha en que hay que devolverlo a la biblioteca, pero mucha gente lo hace. Lo que debemos hacer está gobernado por normas y reglas que no siempre se siguen, o si se siguen, no es religiosamente. La argumentación no es algo distinto.

Muy pronto voy a describirte dos diferentes conjuntos de reglas que son útiles en un sentido importante. Pero primero, déjame darte un ejemplo que enfatiza la manera en que las reglas a veces se siguen sin rigidez. Una regla que suele proponerse en los cursos de Pensamiento Crítico es que no debes proponer ningún enunciado a manera de razón si no lo puedes probar, o puesto de manera más leve, que no debes proponer un enunciado que no tienes razón de creer verdadero. No obstante, dependiendo del contexto, el auditorio y otros factores, podría tener mucho sentido hacer justo eso. En una negociación, por ejemplo, podrías hacer que una concesión que haces a tu contraparte es más importante para ti de lo que en realidad es. O bien, en un diálogo de persuasión, podrías hacer como si aceptaras un valor que sostiene tu contraparte como parte de tu argumentación. Hacemos esto todo el tiempo con los niños cuando decimos: “¡mmm!” y “¡qué rico!” frente a un plato de palitos de pollo empanizado que el mesero acaba de poner en la mesa. Muchas veces, pues, cuando hay una regla que se supone debemos seguir, no lo hacemos. Ello no quita que las reglas se apliquen y que son algo en lo que nos apoyamos. Abundaremos en ello en lo que sigue.

Utilizaré los términos “reglas” y “normas” de manera intercambiable. Son cosas que construimos y sancionamos con castigos o con reacciones y consecuencias culturales y sociales. En el derecho hay muchas reglas acerca de cómo se argumenta en los tribunales o incluso en las negociaciones comerciales. Por ejemplo, en muchas jurisdicciones del ámbito anglosajón es ilegal en una negociación ocultar información relevante tal como que la casa tiene humedades o que pesa sobre ella una demanda. Pero la mayoría de las argumentaciones no están gobernadas por leyes tan estrictas: en general no van a arrestarte por alzar

la voz, si bien puedes alejar a tu interlocutor. Esa es una de las razones por las que sigo insistiendo en la idea de que argumentamos casi siempre con conocidos.

Las reglas ideales de la argumentación fueron buscadas y debatidas desde hace mucho tiempo. Desde la época de la Grecia antigua, los filósofos han sido los guardianes de la argumentación y el razonamiento. Los filósofos han estudiado la argumentación, creado sistemas de lógica formal e informal, la primera mucho más rígida y técnica que la segunda. La misma idea de falacias —errores comunes en el razonamiento— fue un invento de los filósofos, diseñada específicamente como auxiliar en la enseñanza y mejora de la argumentación, la discusión y la resolución de problemas.

Si bien ha habido muchos sistemas y miles de libros de texto producidos en la industria del pensamiento crítico, hay solamente unas pocas ideas básicas que te quiero recordar brevemente aquí. El pensamiento crítico está conectado de cerca con el área de la lógica informal, la cual se enfoca primariamente en los argumentos y sus relaciones internas. El énfasis se pone en la manera como las razones, también llamadas premisas, se relacionan con y sirven para apoyar los puntos de vista, también conocidos como conclusiones. Ralph Johnson y Tony Blair introdujeron en 1977 un modelo que se ha vuelto popular y ha sido reproducido en mil variaciones, en el que se enumeran tres aspectos, la relevancia, la suficiencia y la aceptabilidad: las razones para un punto de vista deben ser relevantes, sobradamente fuertes y reconocidas como “suficientemente verdaderas” o aceptables para el auditorio. Además, las premisas deben conectarse unas a otras lo bastantemente bien como para formar un argumento confiable. Como mucho de esto y más es material que cubren los cursos estándar de Pensamiento Crítico que estás tomando o has tomado antes, no voy a entrar en los detalles, pero quizá convenga que eches un vistazo a tu propio libro de texto y veas cómo se desarrollan esas ideas. Pero hay un punto importante que debo recalcar.

Tras completar tu curso obligatorio de Razonamiento Crítica, o haber tomado un taller de uno o dos días en Pensamiento Crítico, bien podrías pensar que las reglas que te dan allí son un tanto irrelevantes. Después de todo, ¿quién va a analizar un argumento, revisarlo en detalle, hacer un bonito diagrama de cómo están las premisas relacionadas con la conclusión? ¿Quién va a andar inspeccionando cada razón para ver si es relevante, para ver si comete una

falacia? ¿Quién va a seguir el argumento tan en detalle para ver si la lógica utilizada es o no adecuada? La respuesta es: tú. Lo haces todo el tiempo, aunque no te des cuenta, y lo vas a hacer mejor cuando hayas tomado ese curso de Pensamiento Crítico y hayas llevado a cabo todos esos ejercicios y analizado todas esas cartas al editor.

Siempre que alguien te presenta un argumento, una razón a favor de un punto de vista, tú puedes decir:

—¡No puedes decir eso!

o bien:

—¿Qué? ¡Eso no tiene sentido!

o bien:

—Eso no se sigue para nada.

Siempre que haces eso estarás utilizando tus habilidades de pensamiento crítico. Puede que no seas capaz de analizar el argumento como lo haría un maestro en Teoría de la Argumentación o en Pensamiento Crítico, pero tus sentidos se habrán afinado. Es como cuando aprendes una palabra nueva y de pronto la escuchas por todas partes en la conversación. O cuando aprendes que el significado de “avatar” no es “acontecimiento” o “peripecia”, sino “manifestación”, y de pronto te das cuenta de que la gente usa el término incorrectamente. Esto mismo ocurre con las falacias. Hample (2007) señala que la investigación ha revelado que hay una sola falacia (el argumentum ad

misericordiam, o argumento basado en la compasión) que es aceptada más del 20% de las veces, mientras que la mayoría se acepta en un porcentaje mucho menor. Eso quiere decir que la información que tienes sobre la argumentación crea reflejos en tu cabeza que te ayudan a notar tanto los buenos como los malos argumentos. Así, cada vez que pienses:

—Un momento, eso no se sigue,

puedes dar las gracias a tu maestro en Pensamiento Crítico.

Otro aspecto de las reglas que suelen enseñarse tiene que ver con la equidad y el juego limpio. Si bien los cursos de Pensamiento Crítico no hablan mucho de eso, los cursos en Español, Comunicación y Retórica sí enfatizan este aspecto. La Escuela Pragma-Dialéctica de Ámsterdam, por no mencionar sino uno de los grupos pioneros en teoría de la argumentación, pone mucho énfasis en que los participantes en discusiones sean capaces de presentar y defender argumentos y responder a objeciones. Las reglas de este enfoque, si bien no usan la palabra "equidad" o la frase "juego limpio", recalcan la libertad que debe haber para criticar y defender sin restricciones, inclusive usando medios no verbales. El filósofo Jürgen Habermas (2008) también sostuvo con fuerza que una buena discusión solamente puede ocurrir en un contexto de libertad y apertura en el que el poder y los privilegios no inclinan la balanza a favor de unos y en perjuicio de otros. En estos enfoques, el principio podría ser:

—¡Eso no es justo!

El ideal es que todos tengamos un campo de juego parejo, pero ¿cómo son las cosas en la realidad? Aquí hay tres que recordar. Primera, los seres humanos son animales sociales; segunda, argumentar y discutir, hágase como se haga, es una actividad social; y tercero, toda actividad social está gobernada por reglas. Como resultado de esto, la argumentación, como toda actividad social tiene reglas que gobiernan nuestra conducta. No es que las reglas de discusión estén escritas a la

manera de las reglas para conducir un coche, sino que son informales y sociales, como lo son las reglas para formar colas o comportarse en un restaurante. En algunas culturas, por usar las colas como ejemplo, se trata de una actividad socialmente regulada. Hay reglas contra saltarse la cola, irse a mero adelante, guardar el sitio para otro, etcétera. Algunas culturas tienen reglas aún más complejas y sutiles, mientras que en otras ya se sabe que hay gandallas y aprovechados. Si piensas en las reglas sociales, podrás notar lo específicas y características que pueden llegar a ser. En Estados Unidos y Canadá, por ejemplo, el público en una ópera o un concierto de música clásica permanece sentado en completo silencio, tratando de no toser siquiera. En Italia, en cambio, si al público no le ha gustado la interpretación lo van a expresar con toda claridad. Por otro lado, en un concierto de rock en Estados Unidos se espera que haya ruido, y si lo que quieres es escuchar con cuidado a la música de la banda, más vale que mejor te compres un

CD

o descargues la pieza. En un evento deportivo está permitido gritar a todo pulmón, pero no en una sinfonía. El contexto y la situación son siempre lo que determina las reglas, y podemos caer en situaciones embarazosas si las confundimos o no las conocemos.

Las reglas que gobiernan las argumentaciones no son diferentes y hay dos aspectos interconectados que las gobiernan: el contexto y el auditorio. El contexto cubre una amplia gama de aspectos que son cruciales y pertenecen al modo que llamé antes visceral. El sentido más lato de contexto se refiere a la cultura, pues no es lo mismo estar en Nueva York, en Tokio, en Toronto, en Dubai o en la Ciudad de México. Cada lugar ha sido influenciado por rasgos geográficos e históricos y por tradiciones sociales y culturales que dictan qué sigue una vez que se ha dado un desacuerdo. En algunos lugares el desacuerdo se disimula mientras que en otros se saborea y disfruta. Pero para nuestros propósitos, el contexto se refiere típicamente a un dominio mucho más estrecho que la cultura y la geografía. Para nuestras intenciones, el asunto es más bien si estás en el trabajo, con amigos, en casa, en un salón de clases o un taller de educación para adultos; este contexto local forma una parte importante del estar al pendiente de las reglas. Las reglas se forman a partir de una matriz que es una mezcla de dónde estás, quiénes son los participantes, y que relaciones personales y de poder están en juego.

Todas las reglas ideales —sean de lógica informal, de pragma-dialéctica o las de Habermas— asumen o desean que el terreno de juego sea parejo. En términos argumentativos éste sería un terreno en el que las consideraciones no lógicas —tales como el poder, la habilidad relativa, los recursos, el transfondo personal y el estatus social— no juegan ningún papel. No soy yo quien diga que eso no ocurre nunca, pero sí diré que es la excepción y no la regla. Y ello por la sencilla razón de que en toda interacción personal siempre hay fines relacionales en juego. Recuerda que la mayor parte del tiempo estamos discutiendo con conocidos, lo cual significa que tenemos una relación con ellos y esa relación nos importa. Si bien eso es siempre así con los conocidos, también lo es con muchas otras personas con las que nos topamos. En los negocios, incluso cuando no vas a volver a ver alguien, tu reputación y la de tu empresa son importantes, con lo cual quieres que se piense bien de tu persona. Tu trabajo fuera de la escuela puede implicar tratar con un montón de extraños, pero tú quieres que tu jefe piense bien de ti y que, llegado el momento, te ascienda o te dé una buena carta de recomendación.

Hay, por tanto, siempre reglas, pero no siempre sabemos cuáles son. En situaciones que nos son familiares habrá probablemente pocas sorpresas. Cuando Luis y Quique discuten sobre deportes en la cantina después del trabajo, ambos saben hasta dónde pueden llegar, el tipo de lenguaje que pueden usar, qué reglas hay que seguir, qué valores están en juego, y hasta dónde hay que tomar en serio los problemas que se pongan sobre la mesa. De parecida manera, si Julia y Ana están compartiendo intimidades, ellas también conocen las reglas de comunicación. La prueba de ello se da cuando algo sale mal. Si Quique de repente se enoja con algo que dijo Luis sobre las Chivas de Guadalajara, Luis probablemente dirá:

—Cálmate, hombre. ¿Qué te pasa?

De la misma manera, si Ana le parece fría a Julia, quizá Julia le preguntará:

—¿Dije algo que no debía? ¿Pasa algo?

Con otras palabras, cuando las reglas no parecen funcionar, nos detenemos y evaluamos: ¿se rompió una regla?, ¿hubo una violación de protocolo que pasamos por alto? O algo que pasa con alguna frecuencia: ¿ha cambiado el tema? Tal vez Quique está en realidad enojado por algo que pasó en el trabajo, y la molestia se ha colado en la charla deportiva. En esas situaciones necesitamos volver a la etapa de apertura o incluso a la etapa de confrontación. La etapa de apertura, como recordarás, es donde las reglas se establecen o —con cierta frecuencia— se sobreentienden. Si ellas cambiaron, tenemos que examinarlas con mayor detalle de lo que hicimos antes. Luis pensaba que él y Quique estaban discutiendo de futbol, y que él podía tomarle el pelo a Quique como siempre. De hecho, Quique estaba reaccionando a una humillación que sufrió en el trabajo, y entonces ambos amigos tienen que volver a la etapa de confrontación para reevaluar el tema de su discusión.

Las reglas son cosas chistosas pues, aunque existen, no siempre las seguimos. No siempre nos detenemos completamente ante la señal de “alto”, y no siempre manejamos dentro del límite de velocidad. La mayoría de la gente maneja a 5 o 10 kilómetros por encima del límite: no es la regla, sino la norma. Las normas son costumbres que se siguen en contextos diferentes y pueden o no reflejar las reglas. Los límites de velocidad son un ejemplo perfecto de ello. En algunos lugares a un conductor que se adhiera estrictamente al límite se le puede mirar feo o recibir maldiciones. Por otro lado, cuando manejamos en un lugar donde sabemos que suele haber agentes de tránsito, nos mantenemos dentro del límite. Hasta se habla de trampas de velocidad. Finalmente, si alguien pasa corriendo como loco, también se le verá mal porque está violando la norma, por más que nosotros mismos, que lo miramos feo, también estamos manejando demasiado rápido.

Otro tanto pasa cuando de argumentar se trata. No esperamos uno del otro que discutan de forma mecánica y rígida. Un argumentador escogerá sus palabras, su tono de voz, su postura corporal y un buen número de otras tácticas, tanto conscientes como inconscientes, para darse una ventaja en la discusión, pero cuidando al mismo tiempo de no cometer errores extremos. Ir demasiado lejos en una discusión es como el conductor que maneja 50 kilómetros por arriba del límite y zigzagueando. No quieres estar cerca de esta persona y hasta te dará

gusto si ves que un agente de tránsito lo ha parado y multado, por más que tú mismo vayas 10 kilómetros arriba también. Ese conductor ha roto las reglas y violado las normas de forma inaceptable y está bien que sufra las consecuencias. Los conductores que prefieres cerca de ti son aquellos que tienen ideas similares sobre seguridad y cortesía. Hay reglas que debes seguir y respetar, y te sientes más cómodo si otros hacen lo mismo.

Esto es análogo a la argumentación: necesitas pensar en las personas con quienes te gustaría discutir y en cómo te gustaría que discurriera la discusión. Para la mayoría de nosotros no es difícil describir al interlocutor ideal. A continuación, se presentan algunas de las principales características que probablemente se te ocurrirán al tratar de describir al argumentador ideal:

Ser razonable

Esta sería una persona que entiende que la evidencia o las pruebas tienen peso, que discutir es importante, y que las cosas no son verdaderas nada más porque esa persona quiere que lo sean o porque cree en algo firmemente o porque alguien más dijo que eran verdaderas.

No dogmático

Una persona que no es dogmática es una que está dispuesta, bajo las circunstancias apropiadas, a cambiar de opinión, que está abierta a nuevas ideas, y que no piensa que estar equivocada es el fin del mundo.

Bueno para escuchar

Una persona que quiere comprender tu posición y no simplemente repetir la suya es una persona que sabe escuchar. Se interesa en lo que dices e incluso puede ayudarte a encontrar mejores argumentos.

Empático

Una persona empática sabe que discutir siempre implica emociones e intuiciones, y que hay que tener en cuenta unas y otras. Es una persona que comprende que tienes una razón para sostener lo que dices, y que esa razón es significativa para ti. El argumentador ideal trata de ver las cosas desde tu perspectiva.

Los ideales, pues, son simplemente los siguientes:

Sé razonable

No seas dogmático.

Escucha bien.

Sé empático.

Estas son las características que quisieras encontrar en tu auditorio: quieres ser escuchado con cuidado por personas razonables, de mente abierta y capaz de empatía. Podemos resumir todo eso así:

Regla de oro de la argumentación:

Discute con alguien de la misma manera que te gustaría

que discutieran contigo

Esto te lleva a imaginar a tu auditorio ideal y te capacita para juzgar una discusión según que acate o no los estándares de este ideal. Cuando estás evaluando una argumentación, tu pregunta básica es: ¿es este el tipo de

argumentación que me gustaría que me presentasen? ¿Es este el tipo que considero una buena argumentación? Ello quiere decir que tú deseas también ser ese tipo de auditorio. Algunas veces cumplimos ese ideal, como cuando nos involucramos en una investigación heurística, y a veces incluso en una negociación o en un diálogo de persuasión. Mucho depende del segundo gran componente de la argumentación: el contexto.

Quedémonos con el ejemplo de la velocidad al conducir, pero vayamos de una típica autopista norteamericana o mexicana y consideremos una alemana. En muchas de las autopistas alemanas no hay límite de velocidad, sino a lo sumo un consejo no obligatorio de 130 km por hora (a la que llaman Richtgeschwindigkeit, no velocidad límite, sino solamente velocidad recomendada). El punto es que, si vas por el carril de la izquierda a menos de 120 km por hora, todo mundo te va a tocar el claxon y tendrás pronto un pisacolas pegado detrás de tu coche. No son ellos los groseros; tú eres el grosero. El contexto de una autopista alemana es diferente y tiene reglas diferentes, y sólo las aprendes estando allí y participando. La diferencia es parecida a la de estar en una cena familiar comparado con estar en un cuarto lleno de abogados en que se está tomando testimonio. Se trata de reglas diferentes.

Debería ser obvio a estas alturas que las reglas de argumentación, las interacciones que ocurren entre la gente, son altamente cambiables y flexibles. Tu entrenamiento en pensamiento crítico y las reglas y métodos que aprendiste allí siguen siendo importantes y útiles; pero las reglas para discusiones “sobre la marcha” se determinan por el auditorio y el contexto. ¿Pero no significa eso que no hay reglas? ¿No significa que es vía libre y todo se vale? La respuesta es: no.

En primer lugar, recuerda algo que se ha mencionado varias veces: la mayoría de la gente con la que discutimos son personas que conocemos y, aún más importante, son personas con las que volveremos a discutir. Cuando discutes con amigos, colegas, familiares, colaboradores, comerciantes de los que eres cliente, profesionales que te prestan servicios de manera regular, y toda la demás gente en tu vida, tú sabes quiénes son y qué conjunto de reglas hay que seguir. En la gran mayoría de los casos discutimos con conocidos y la etapa de apertura de una discusión fue fijada hace mucho tiempo. No solamente eso, sino que incluso cuando tu interlocutor es una persona nueva para ti —acaso un extraño— pero cae dentro de la categoría de personas con las que tienes familiaridad, por ejemplo, es un nuevo médico o alguien que te presentan en una fiesta, das por sentado que seguirás el mismo conjunto de reglas que se aplica a ese grupo. Si

durante la interacción las cosas no marchan como habías esperado, entonces puedes volver a la etapa de apertura y examinar de nuevo las reglas.

Quiero comenzar esta sección con dos citas:

Comprender cualquier argumentación, incluyendo las intenciones involucradas en ella, debe comenzar tanto con el auditorio como con el argumentador.

Esto lo dice el filósofo Christopher Tindale. Hablando desde otro lugar, el teórico de la comunicación Dale Hample dice:

Enfocar la atención sobre los compromisos que tiene la gente es iluminador, porque ayuda a entender por qué las argumentaciones van en distintas direcciones y qué cosas son susceptibles de discusión una vez que la conversación ha comenzado.

Esas dos categorías, las intenciones de Tindale y los compromisos de Hample, se corresponden más o menos, para nuestros propósitos, con los fines y las creencias, algo con lo cual ya estarás familiarizado a estas alturas. Cuando discutimos con conocidos el contenido de estas dos categorías nos son bastante familiaries por la experiencia. Tú conoces hasta dónde llegan las tareas que te plantea tu compañera de trabajo en el curso del día. Si ella quisiera que tú hicieses algo más serio o difícil de lo usual, seguramente te diría antes algo así como:

—Tengo un gran favor que pedirte.

Esto es una indicación de que ella podría estar yendo más allá de las reglas

normales o cambiando sus objetivos usuales.

Todos nuestros conocidos tienen un cierto ethos, un estatus particular, una manera en que las vemos, especialmente respecto del crédito que les damos o la confiabilidad que les atribuimos. El estatus etótico de una persona, sin embargo, está sujeto a cambio. Tu dentista de siempre podría de repente hacer las cosas de una manera que ya no te resulte tan satisfactoria, el cuate con quien sueles echarte unos tragos podría comenzar a faltar a las citas que hiciste con él en la cantina, o tu compañero de trabajo que siempre había sido famoso por poco confiable podría comenzar a hacer todo a tiempo y a comportarse de forma altamente cooperativa. Cuando ocurren cambios como éstos en la conducta de otras personas, tú podrías ajustar tu estimación etótica de ellas. Esos cambios ocurren lentamente, porque no es fácil para nosotros cambiar nuestras creencias sobre la gente, sus actitudes y objetivos.

Cuando tratas con conocidos te sabes las reglas: sabes que tu amiga Maguito tiende a exagerar, pero no a decir mentiras; sabes que tu compañero de trabajo Sergio no tiene sentido del humor y no hay que tomarle el pelo; sabes que a tu jefa Gloria le gusta pensar que todas las buenas ideas son suyas; sabes que tu doctor Paco siempre le baja a las malas noticias; y así todos. Mientras más los conozcas y más te des cuenta de cómo son, más capacitado estarás para conducir una discusión y lograr el consenso. Lo que haces es entrar en el mundo que habita tu auditorio y apoyarte en sus valores para comenzar a crear un acuerdo satisfactorio para ambos respecto a lo que hay que lograr. Volverte uno con tu auditorio significa encontrar los puntos de acuerdo que comparten de forma que se conviertan en el punto de partida. Esto implica ir más allá del análisis y la evaluación de un argumento que te presentan; implica más bien comprenderlo como un todo, como un conjunto completo de valores, creencias y objetivos.

Cuando discutes con conocidos no deberías nunca manipular, fingir o dar pistas falsas inapropiadamente, ya que eso regresará para vengarse de ti: el valor de discutir con conocidos —es decir, tu conocimiento de las cosas que ellos tienen en alta estima y las cosas en que ellos creen de verdad— es también el límite correctivo. Porque tú sabes todo esto y porque tú vas a discutir con ellos de nuevo, es que debes proteger tu propio estatus etótico. Las reputaciones descansan sobre la historia personal de los conocidos, y no es nada difícil minar tu estatus y perder tu credibilidad. Confianza que se pierde es difícil de recobrar.

Piensa: Ale comparte cierta información con Beto y lo hace jurar que guardará el

secreto. Pero resulta que Beto va a cenar con Fernanda y Carlos y suelta el chisme. Fernanda, quien platica todo el tiempo con Ale, le cuenta del asunto sin darse cuenta que se suponía que no debía saberlo. Ale no dice nada, pero ¿qué pasa con su opinión de Beto? ¿Le volverá a confiar algo? Naturalmente, mucho depende del contexto. Podríamos estar hablando de algo tan pequeño como echar a perder una fiesta sorpresa o de algo tan enorme como ayudar a hacer trampa en la bolsa.

Comoquiera que sea, el estatus etótico de Beto ha sufrido un golpe, y mientras más importante sea el tema, más grave será el golpe.

Aunque la mayoría de nuestras interacciones argumentativas son con conocidos, no todas lo son. En el curso de nuestras vidas nos topamos constantemente con gente nueva y hacemos contacto con muchísimas personas que cruzan nuestro camino por alguna razón u otra. Pero he aquí el punto interesante: algunos de ellos se volverán conocidos. Si logras imaginarte que podrían volverse conocidos tuyos, entonces prevés la importancia de crear un estatus etótico fuerte de tu persona. Entonces pues dividámoslos en dos grupos, la gente que volverás a ver y la que no.

Voy a hacer una suposición que espero sea válida. Voy a suponer que tú, mi lector o lectora, eres una persona cortés y razonable. Eso significa que cuando te topas con un desconocido, adoptarás una actitud del tipo que tendrías con un conocido en un contexto similar. Supongo pues que no eres una especie de súper-erístico que comienza cada interacción con agresión y hostilidad. Comenzar con una actitud positiva es mucho más probable que engendre una respuesta igual. Como viste antes, sabemos por la psicología social que la agresión engendra agresión, mientras que la cortesía puede recibir una respuesta cortés o una agresiva. Con otras palabras, ser cortés al comienzo de un encuentro con alguien nuevo tiene una buena chance de recibir una respuesta igual, mientras que lo opuesto, comenzar con un tono agresivo, casi seguramente obtendrá agresividad en respuesta. Todavía mejor, voy a suponer que tú eres una persona naturalmente cortés y que no adoptas esa actitud por meras razones estratégicas. Afortunadamente, esto es verdad en la mayoría de nosotros.

¿De qué tipo son las situaciones en la que nos topamos con desconocidos? Continuando con nuestro deseo de mantener las cosas simples, supongamos que

hay dos. En primer lugar, tenemos el encuentro social casual; en segundo, el encuentro comercial o de negocios. Supongamos ahora que el encuentro no es necesariamente único en la vida, sino que hay al menos una cierta probabilidad de que vuelvas a encontrarte con esa persona. Esta última suposición es crucial, ya que significa que el estatus etótico creado durante el primer encuentro tendrá efectos duraderos. Con otras palabras, la reputación e imagen que creaste se transmitirá a encuentros futuros. He aquí el truco: la mayoría de las veces un desconocido lleva consigo atributos que te dan claves o pistas de quiénes son y si te caen bien. Es decir, rara vez andamos completamente despistados. Así, si te topas con un desconocido en una fiesta, sabes cuáles conocidos comparten; y si te lo presentan, conoces a la persona que te lo presentó.

En los negocios las cosas no son diferentes. Si vas a ver a alguien nuevo, sabes para quién trabaja, cuáles probablemente son sus objetivos, y hasta podrías haber hecho algún tipo de investigación previa sobre la persona o la empresa para la que labora. Después de todo, las empresas tienen también una reputación. Se sabe de algunas que son feroces, otras cooperativas y otras egoístas. “Su reputación las precede”, como se dice en inglés. Puedes incluso haber contactado conocidos para ver si conocen a la persona que vas a ver. Incluso cuando vas a ver a alguien sobre quien no sabes nada, hacen su entrada tus intuiciones y tus instintos. Cómo va vestida la persona, si habla o no con acento extranjero, dónde está, quién está con ella, todo eso ayuda a crear un estatus etótico. Así, incluso con desconocidos nunca careces de claves etóticas. Atesoras suficientes experiencias y tienes en cuenta las claves y pistas que emanan de la persona y que te pueden decir mucho sobre quién es tu nueva contraparte.

Una vez que comienzas a comunicarte, trátese de un simple cambio de información o de una discusión de un tipo u otro, comenzarás a identificar aspectos del carácter de tu contraparte y a incorporarlas en tu perspectiva. Las reglas irán emergiendo a través de los giros y entresijos de la interacción. De entrada, te apoyarás sobre las reglas que sigues normalmente en interacciones parecidas con conocidos, pero el flujo de la discusión irá definiendo y refinando esas reglas. Recuerda que la mayoría de la gente quiere ser razonable y que ellos, al igual que tú, son conscientes de que hay una buena chance de futuros encuentros. Lo que salva la situación en encuentros tanto con conocidos como con desconocidos es el hecho muy sencillo de que la mayoría de la gente quiere ser vista como razonable. Sin eso, nunca iríamos a ninguna parte.

Sin embargo, es importante entender dos limitantes. En primer lugar, hay que

tomar en serio la frase “la mayoría”: siempre habrá gente a la que no le importen los demás, que no dan un pepino por lo que los demás piensen de ellos. Esos son los súper-erísticos, quienes pueden ir de simplemente desagradables hasta psicópatas hechos y derechos. Afortunadamente, hay mucha más gente razonable en el mundo que gente que no lo es. En segundo lugar, el papel de los conocidos es muy importante aquí. Incluso a los súper-erísticos les importa a veces los sentimientos y actitudes de sus conocidos. Pero siempre encontrarás jefes despóticos, polemistas fanáticos y gente que cree que reconocer un error equivale a suicidarse. Cuando te topes con gente así, lo más que puedes hacer es ser tan heurístico como puedas y esperar que la cosa no pase a mayores.

Piensa en la argumentación con desconocidos de esta manera: tú conoces las reglas y haz de cuenta que las personas con quienes discuten las conocen también. Sin embargo, lo que realmente no sabes es si esa otra persona las va a seguir.

Voy a declarar que la mejor manera de terminar una discusión es que las partes lleguen a estar de acuerdo. Algunos no lo estarán, pero recuerda que las discusiones no siempre suceden en un tiempo y lugar determinado y limitado. Muchas de ellas ocurren y vuelven a ocurrir, “se encienden y se apagan” (Willard 1978), pero cuando terminan —no cuando cesan— la mayoría de nosotros en la generalidad de los casos queremos que sea con un consenso de las partes. En otros tipos de discusión tenemos diferentes ideas de qué constituye propiamente estar de acuerdo; pero a final de cuentas deseamos que sea un acuerdo de un tipo o del otro. En una investigación heurística queremos llegar a estar de acuerdo en que hemos llegado a la mejor solución de un problema o a la mejor respuesta a una pregunta; en un diálogo de persuasión tú quieres que yo esté de acuerdo en que el punto de vista que estás presentando es valioso y digno de tomarse en cuenta; y en una negociación queremos estar de acuerdo en que el arreglo al que llegamos es mutuamente satisfactorio.

Ahora bien: el estar de acuerdo no es en sí mismo un objetivo suficiente de la argumentación. Lograr el acuerdo amenazando a tu contraparte con una pistola o “buleándolo” con mentiras u otros medios sucios, no es el objetivo deseado. Y no lo es porque, por un lado, tales tácticas rara vez consiguen el acuerdo, y por otro lado porque… sí, claro, lo has adivinado: se trata de una persona con la que es probable que vayas a discutir de nuevo.

Esto es lo que nos mantiene razonables y hace que queramos que nuestras contrapartes sientan que las hemos tratado equitativamente. Es la compleja dinámica dentro de la argumentación —la relación que existe entre los participantes, el contexto y los objetivos— lo que forma las reglas. Tindale (2006, 462) lo describe así:

El ser razonable surge de las prácticas de los razonadores reales, no de un código abstracto independiente de ellos y que ellos consultan para corroborar las prácticas.

Sin embargo, al mismo tiempo sabemos bien que ser razonable no es siempre la regla, y que hay gente que rompe las reglas, que miente e intimida. No obstante, debes siempre comenzar de la misma manera, buscando establecer una base para el acuerdo. Argumentar bien significa trabajar para encontrar los puntos de acuerdo que los interlocutores comparten antes de que los separe el desacuerdo. Hay que localizar el lugar donde comienza el desacuerdo. Esto significa que sabes aquello en lo que tú y tu interlocutor están de acuerdo —todo lo que ha precedido al momento del desacuerdo— y puedes buscar caminos diferentes para seguir adelante a partir de ese punto. De cualquier manera, y en todo tipo de discusión, tienes que saber dónde empieza el punto de divergencia.

Perelman (1977) habla de “adhesión creciente”, y si la adhesión ha de crecer, debemos también suponer que alguna había en el inicio. Por supuesto, esto tiene sentido: si vas a comenzar a discutir con alguien, debes primero encontrar terreno común, algún lugar desde el cual lanzar la disputa o investigación. Una vez que tengas ese punto, puedes construir sobre él; puedes comenzar a explorar valores y creencias situadas en ese lugar de acuerdo y echar para adelante a partir de allí. Es como ir manejando y perderse. Una manera de resolver el problema es echar para atrás al lugar en que todavía sabías dónde te encontrabas. Si te has perdido, regresa al sitio donde no estabas perdido.

La necesidad de comenzar por algo en lo que hay acuerdo es crucial en todo tipo de discusión. En una investigación heurística, lo típico es comenzar con ciertos hechos, valores y creencias compartidas. Luego comienzas a trabajar en la dirección de soluciones dentro de esos parámetros. En una negociación ambas partes deben acercarse al regateo con la idea de tener éxito, de salir contento con el trato, de salvar el negocio, de compartir prosperidad (o pérdida), de zanjar la disputa de forma pareja. Sin eso —lo que llamamos buena voluntad— de seguro se romperán las negociaciones muy pronto. En un diálogo de persuasión debes también comenzar encontrando un punto en el que ambos estén de acuerdo. Si no lo haces, entonces no habrá adhesión creciente de una de las partes, puesto que no puede crecer algo que no estaba allí para empezar.

Habiendo dicho esto, recuerda que puedes hallar acuerdo en diferentes áreas. Si piensas en la comunicación multimodal (§2.2), podrás encontrar acuerdo en el terreno lógico, en el emocional, en el visceral o en el kisceral. Dondequiera que esté, lo necesitamos para empezar, para echar a andar el proceso de coalescencia que posibilitará que nos pongamos de acuerdo. Esto conlleva un gran requisito: que escuches con cuidado las palabras de tu interlocutor y que prestes atención a

sus sentimientos. Debes estar atento a los objetivos que se encuentran en juego y ser sensible a las maneras alternativas para lograrlos. Un ingrediente importante para perseguir el acuerdo es la empatía, y por ella quiero decir comprender la posición que sostiene tu contraparte en disputa: ¿por qué cree lo que cree y cómo es que ve tu posición como opuesta a la suya? Suponiendo que ustedes dos no están en polos opuestos y que existe, en algún lugar, un punto de convergencia, tú puedes comenzar a crear coalescencia a partir de ese punto.

Comprender la posición de tu interlocutor se enreda por la complejidad. Las posiciones se presentan típicamente en forma verbal, por ejemplo:

—Necesito que me dé más tiempo para terminar el trabajo.

—Tenemos que reducir los costos de este contrato en un 26%.

—Carlitos necesita irse a campamento de verano para que se haga más independiente.

—Si yo te importara, serías amable con mi madre.

Y muchas otras por el estilo. Si piensas un poco sobre cualquiera de estos enunciados y comienzas a hacer una lista de las creencias, los valores, los objetivos y los sentimientos que los acompañan, la lista muy pronto se hará bastante larga. Se trata de que escuches a tu contraparte en disputa y reconstruyas cuál de la multitud de posibilidades es capaz de hacer que ustedes dos se enfoquen en los problemas más importantes. Si comprendes la posición que tienes enfrente, entonces serás capaz de examinarla buscando puntos de acuerdo, y eso significa que tienes el potencial para construir la adhesión de tu interlocutor.

Al final hay dos tipos de regla para cualquier argumento. Al primer tipo pertenecen las reglas que aprendiste en tus cursos o talleres de Pensamiento Crítico. Esas reglas incluyen fijarse en la relación entre premisas y conclusiones, los tipos de evidencia o prueba que son relevantes, y cuánta evidencia o prueba se requiere para llegar a una conclusión. Las violaciones a tales reglas se conciben a veces como falacias, y podemos rechazar los argumentos que no

cumplan los criterios establecidos por las reglas de pensamiento crítico. Pero incluso en tales casos, los cursos de Pensamiento Crítico nos instruyen acerca del uso del “principio de caridad”, que consiste en identificar y comprender la intención del argumento y tratar de reconstruirlo de la forma más aceptable. El segundo conjunto de reglas surge a través del proceso mismo de argumentación. Se trata de reglas modificables o al menos flexibles, que deben ser identificadas in situ, es decir en el contexto específico y con el auditorio específico de la discusión. Aquí buscamos las normas del argumentador ideal, pero tenemos la expectativa de que la situación podría desembocar en algo menos que ideal. Es importante entender que en una discusión real el rechazar un argumento porque contiene un error sería una jugada apresurada y poco eficiente. Cuando aplicas los elementos de la lógica informal que vimos antes —la relevancia, la suficiencia y la aceptabilidad— o cualquier criterio parecido que use el libro de texto que sigues en tus cursos de Pensamiento Crítico, lo que haces es poner al descubierto la estructura y fuerza de la postura de tu interlocutor. Esto puede claramente llevarte a identificar errores en el razonamiento. Y esto es útil porque en una discusión real puedes aprender mucho acerca de las creencias, valores y fines de tu contraparte a través de un argumento defectuoso, aunque rechazarlo sin más podría no ser una buena idea. Está claro que no necesitamos aceptar un argumento como persuasivo si no lo es, pero eso no quiere decir que no transmita una gran cantidad de información. Las herramientas de los cursos de Pensamiento Crítico que tienes las llegarás a aplicar, con la experiencia, de forma casi automática, como cuando aprendiste a conducir un coche: al principio tenías que pensar en todo, pero luego se volvió automático. Checar que un argumento tenga los componentes de relevancia, suficiencia y aceptabilidad también se volverá automático, y ante cualquier argumento que se te presente se prenderán pequeños focos rojos de alerta que te señalen posibles dificultades en él.

En este libro estás aprendiendo a añadir cosas a tu arsenal, a sentirte cómodo cuando aplicas tus habilidades de pensamiento crítico y además las que hemos venido discutiendo aquí. De esa manera, incluir las siguientes reglas fortalecerán las habilidades críticas que ya hayas adquirido:

Fíjate bien en qué etapa de la discusión estás.

Sé consciente del modo de argumentar que caracteriza mejor la discusión.

Comienza siempre comportándote como un argumentador ideal.

De entrada, haz la suposición de que tu contraparte es un argumentador ideal.

Haz que el contexto y tu interlocutor te vayan revelando las reglas que hay que seguir.

Busca los puntos básicos de acuerdo, a fin de construir la adhesión de tu interlocutor.

Incluye siempre los objetivos de tu contraparte y respeta sus valores.

Argumentar con la gente requiere escuchar concentradamente buena voluntad, empatía y flexibilidad. Después de todo, no estás discutiendo contigo mismo, sino con un interlocutor vivo, de carne y hueso, que siente y respira, alguien con creencias, objetivos y valores que casi con toda seguridad no serán idénticos a los tuyos, pero para él o ella son tan importantes como los tuyos para ti. Discutir con una persona real no significa ganar la partida ni salirte con la tuya; significa encontrar un punto sobre el que ambos estén tan contentos y satisfechos como sea posible. Incluso en una investigación empírica, donde se busca “la verdad”, los dos tendrán que ponerse de acuerdo en cómo determinar que tal cosa es la verdad, cómo evaluar las alternativas y, a final de cuentas, exactamente qué quiere decir estar de acuerdo. Queremos que nuestras investigaciones y discusiones sean tan heurísticas como sea posible; deseamos que sean creativas y cooperativas; pretendemos que nuestros interlocutores queden contentos con los resultados y vean con gusto nuestras futuras interacciones con ellos.

En una palabra, queremos ser argumentadores ideales que se comunican con argumentadores ideales. Eso no ocurre siempre, pero es más probable que ocurra si partimos de esa idea que si no lo hacemos. Para variar, un viejo dicho: supón lo mejor, pero no cuentes con ello. Argumentar y discutir son igual que las otras empresas humanas, nunca viajan en línea recta; pero, a pesar de ello, si te fijas por dónde vas, tendrás una buena chance de llegar a tu destino.

Has adquirido ya un buen número de herramientas que podrás usar además de las que has obtenido de tu curso o taller de Pensamiento Crítico. Estas nuevas herramientas están diseñadas para ayudarte a mover dentro de una argumentación o discusión, que es un encuentro social interactivo. En esta sección verás cómo puedes usar estas nuevas herramientas a situación ordinarias y típicas.

La producción

Paco es el productor de una película de entrenamiento para una compañía de compuestos químicos. Los actores están teniendo dificultades en recordar sus líneas, pero Paco se opone a dejarlos que usen un teleprompter que muestre el guion a los actores. La directora de la película, Josefina, piensa que es necesario usar este aparato y que usarlo ahorraría el costo de varios días de filmación. A los actores se les paga por día, mientras que al resto del equipo se le paga una cantidad fija por todo el proyecto. Paco y Josefina discuten.

—Paco —dice Josefina— creo que de verdad tenemos que usar los teleprompters. Todos estos diálogos fallidos nos están costando tiempo.

—Oye —le responde Paco—, estos son actores profesionales y se les paga bien. Es su obligación aprenderse las líneas.

Así comienza la cosa: se ha entrado en la etapa de confrontación y se han afirmado las posiciones.

Un mal comienzo

—Eso es una estupidez —dice Josefina—: necesitamos esos teleprompters.

Una mala jugada de Josefina: ella ha reaccionado enseguida de forma agresiva, y eso es lo que ella va a recibir en respuesta. Fíjate.

—Pues es una pena —contesta Paco—: yo soy el productor y se hace lo que yo digo.

—¡No te vas a poner ahora en el plan de quién manda!

A Josefina le han respondido con agresión. Nota cómo ambos interlocutores están de vuelta en la etapa de apertura, discutiendo cuáles son los límites de poder de cada uno.

Un buen comienzo

—Oye —le responde Paco—, estos son actores profesionales y se les paga bien. Es su obligación aprenderse las líneas.

—Ya sé —dice Josefina—, y tienes toda la razón: son actores profesionales; pero esto es otro tipo de situación.

Esto es mejor: Josefina ha comenzado por un punto de acuerdo.

—¿Por qué? —pregunta Paco—. Tienen sus líneas y deben aprendérselas y punto.

—Ya lo sé, ya lo sé, pero mucho de la terminología es muy técnica. Y tienes razón, son actores; pero también es verdad que no son químicos. Todas esas palabras son nuevas para ellos.

Nota cómo Josefina está una vez más partiendo de cosas en las que hay acuerdo. Las pone en la mesa y construye sobre ellas. Josefina está tratando a Paco como un argumentador ideal que va a escuchar sus razones.

—Bueno —replica Paco—, pero que esas líneas sean difíciles no quiere decir que haya que facilitarles las cosas.

—Okey —dice Josefina—, pero tanto a ti como a mí lo que primero nos importa es la producción, y el teleprompter ayudaría.

Josefina está apelando a un fin común y a Paco le va a costar trabajo estar en desacuerdo con esto.

—Josefina —replica Paco—: los actores ganan más en este proyecto que tú o que yo, y yo simplemente espero que hagan aquello por lo que se les paga.

Una lucecita roja se prende en la cabeza de Josefina. Tal vez en el fondo se trata de otra cosa que de los teleprompters. El modo de argumentar se ha movido a un plano más emocional, y Josefina necesita hacerse cargo de los sentimientos de Paco.

Los verdaderos fines

—Es verdad —concede Josefina— que su paga diaria es mayor que la nuestra; pero tampoco son estrellas de Hollywood. Los actores de ese nivel no tienen trabajo todos los días. A ti la compañía te paga un salario, así que apostaría que tú ganas más que ellos al año.

—Mmm —reflexiona Paco—, en eso puede ser que tengas razón.

—Además —añade Josefina—, si la producción se hace más lenta, tardaremos más días y ellos ganarán aún más dinero.

—No se me había ocurrido eso —dice Paco—. Bueno, pues, ve por los teleprompters.

Al darse cuenta de que el argumento se había vuelto emocional para Paco, Josefina pudo tomar en cuenta los verdaderos sentimientos del productor. Josefina siguió tratándolo como alguien que escucha razones, pero permitió que el contexto le mostrase qué es lo que convencería a Paco.

El trabajo final

Oli y Jaime se encuentran en el campus. Es final de semestre y todo mundo anda estresado con los trabajos finales y los exámenes. Ambos están por terminar la carrera, de forma que se espera mucho de ellos.

—¿Qué tal, Oli? —dice Jaime— ¿Cómo va todo?

—Nada —contesta Oli—, que estoy como loca. Hasta las orejas en trabajo y plazos para entregar.

—Supongo —dice Jaime— que lo que más te pesa es ese ensayo que han pedido en la clase de argumentación.

—Ni me hables de eso —dice Oli—, no entiendo ni la mitad del asunto, mucho menos voy a poder escribir un ensayo sobre eso. Si soy honesta, no sé ni por dónde empezar.

—Sí —dice Jaime—, está grueso, y el profesor Gilbert no es ningún “barco”.

—¿Y tú? —dice Oli—, ¿ya empezaste a escribir?

—Bueno —confiesa Jaime—, no le vayas a decir a nadie, pero la cosa es que pienso tomar un atajo.

—¿Un atajo?

—Sí. El novio de mi hermana tomó este curso hace cuatro años y se sacó un 10 con su ensayo. Así que…

—¿Pero qué dices? ¡No puedes hacer eso!

—¿Por qué no? Se llama reciclar.

Se ha llegado a la etapa de confrontación.

—No es para nada reciclar —replica Oli—, es hacer trampa.

—Oli, ¡no me llames tramposo!

Una jugada en la etapa de apertura. La cuestión es ahora de lenguaje.

—No te hagas, Jaime: presentar un trabajo que no es tuyo es hacer trampa, así de simple.

—¡Yo no soy un tramposo!

—Okey, okey —trata Josefina de calmarlo—, no eres un tramposo. Pero comoquiera que le llamemos, es contra el código de ética de un estudiante, ¿o no?

Oli ha decidido que Jaime cumpla su fin de no ser visto como un tramposo. Puede que ese no sea el punto importante.

—De acuerdo —concede Jaime—, supongo que tienes razón; pero la cosa es que este trabajo me supera. Estoy completamente enredado.

—Eso sí que lo entiendo, Jaime, de veras que sí; pero si te agarran, vas a reprobar y entonces no te vas a graduar.

Jaime está compartiendo sus sentimientos y Oli responde con empatía.

—Sé que quieres pasar —continúa Oli— y creo que de verdad no quieres hacer trampa… perdón, no quieres tomar un atajo. ¿Ya platicaste con el profesor Gilbert sobre tu problema?

—¿Qué puede hacer él?

—Bueno, una cosa que puede hacer es ayudarte a que te enfoques en un tema y sugerirte algunas lecturas. No se pierde nada, ¿o sí?

—No, creo que no se pierde nada.

—Porque si sigues esa ruta, tienes una buena chance de pasar y muy poca de reprobar. Es un buen trato, ¿no?

—Sí —dice Jaime—, vale la pena intentarlo.

Oli fue capaz de alterar el contexto de forma que las alternativas se aclararan, y las consecuencias de cada acto se definieran. Y todo el tiempo trató a Jaime como un argumentador ideal que escucha y reacciona a sus argumentos.

Observa cómo el lograr acuerdos siempre que sea posible te permite enfocar la atención al problema real, en lugar de empantanarte en problemas irrelevantes. Oli quiere que Jaime se dé cuenta de que hay alternativas a su plan de plagiar, y que los riesgos de plagiar superan las posibles recompensas. Entonces, ¿para qué perder tiempo discutiendo la definición de “hacer trampa” y “ser un tramposo”?

Cosméticos Pandora

Como último ejemplo, volvamos a Cosméticos Pandora (§1.2). Te acordarás que se trata de una empresa familiar de tamaño medio, sin accionistas, que está considerando la posibilidad de subcontratar los servicios de información al cliente. Los jefes son dos hermanos, Jorge y Luis, el primero mayor por dos años que el segundo. Ambos solían trabajar para Cosméticos Pandora durante los veranos, pero Luis se quedó de planta al terminar su licenciatura. Jorge, en cambio, continuó sus estudios y obtuvo una maestría en administración de empresas. Luis se casó con su novia de la prepa y tienen cuatro hijos en la escuela, que van desde quinto de primaria hasta el bachillerato. Jorge no está casado, pero tiene una relación de largo tiempo con una mujer que conoció durante el posgrado y que vive en la Ciudad de México. Jorge es ahora gerente general y presidente de la empresa, mientras que Luis es jefe de operaciones y vicepresidente.

Esta discusión, como no sorprenderá a nadie, no ocurrió en una sola sentada, y no es posible cubrir aquí todo el proceso. En vez de eso, verás a continuación pedacitos de la discusión que ilustran varios principios e ideas sobre la argumentación.

—Luis —dice un día Jorge—, ¿ya pudiste echarle un vistazo al informe sobre la posibilidad de subcontratar?

—Claro que sí —responde Luis.

—Bueno, ¿y qué piensas?

—Pienso que tienes toda la razón: nos ahorraríamos un montón de dinero.

—Entonces, ¿vamos a explorar esta opción?

—Podemos explorarla tanto cuanto quieras —dice Luis—, pero sigo creyendo que es una pésima idea.

Se ha llegado a la etapa de confrontación.

—Y estoy seguro —dice Luis— que eso no es sino el comienzo.

—¿Qué quieres decir?

—Lo que quiero decir —asegura Luis— es que comenzaremos subcontratando los servicios de información al cliente, luego las ventas, y luego nos llevaremos toda la planta a Costa Rica o a Perú o Dios sabe a dónde.

—¡Hombre, no exageres! —dice Jorge—. Hacer una cosa no significa hacerlo todo.

Jorge ha reconocido la falacia de pendiente resbaladiza, y ha rechazado el argumento de Luis sobre esa base.

—Bueno —concede Luis—, tal vez no nos llevemos toda la planta, pero apuesto a que pronto me harás llegar informes que muestran cuánto hemos ahorrado y cuánto más podemos ahorrar. ¿Puedes decir honestamente que eso no ocurrirá?

Luis ha retirado en parte su argumento falaz y está intentando argumentar de forma más razonable. También está tratando a Jorge como un argumentador ideal y esperando que sea honesto.

—¿No podemos hablar —pregunta Jorge— de una sola cosa? Por ejemplo, ¿del informe que tienes enfrente?

Jorge está pidiéndole a Luis que sea más heurístico, que argumente de forma más ideal y no cambie de tema.

—Además —añade Jorge—, lo que tú llamas una idea pésima puede ahorrarnos una enorme cantidad de dinero.

—Hay más cosas en juego, Jorge, que el dinero. También está la gente.

—Bueno —admite Jorge—, nunca dije que no hubiese perjudicados como efecto secundario. Y bueno, sí, claro que habrá corte de personal, y podríamos hacer lo posible para minimizar…

—¡“Efecto secundario”! —interrumpe Luis—. Estás hablando de personas cuyos

hijos van a la misma escuela que los míos; y algunas de las empleadas que dan información a los clientes son madres solteras.

Jorge cometió el error de no tomar los valores de Luis en serio, lo que ha provocado una reacción fuerte de su parte.

—Te estás poniendo emocional —replica Jorge— y no veo…

—Claro que me estoy poniendo emocional —dice Luis— y no veo nada de malo en ello. Somos parte de la comunidad y tenemos una responsabilidad…

—… Para con nosotros mismos y nuestras familias.

Luis ha rechazado que esté justificado acusarlo de haberse puesto emocional. En lugar de ello, pega un salto a la etapa de apertura y declara que tiene toda la intención de ser emocional.

—Jorge —dice Luis ahora—: tienes razón, tenemos una responsabilidad para con nosotros mismos y para con nuestras familias. Pero Cosméticos Pandora ha sido siempre un negocio familiar, y en ella están metidas otras familias aparte de las nuestras. Claro que tú estuviste aquí algunos años, pero la mayoría de los fines de semana te vas a la Ciudad de México a ver a Natalia, mientras que Laura y yo nos quedamos aquí todo el tiempo. Socializamos con la gente de aquí y queremos seguir llevando la frente en alto.

—De acuerdo, de acuerdo —concede Jorge—, no me había dado cuenta de que esto fuera tan importante para ti. Pero, ¿no quieres ganar más?

La jugada de Jorge es buena. Está reconociendo los sentimientos de Luis y no descartándolos como irrelevantes. Si hubiese hecho eso, la discusión se hubiera podido empantanar en la etapa de apertura.

—Claro que quiero ganar más, pero, en primer lugar, no nos está yendo nada mal tal como van las cosas, y en segundo, podríamos encontrar otros modos de aumentar las ganancias.

—Está bien, campeón, vamos dejando este tema por ahora y por un buen rato.

—De acuerdo, hermano, y mientras veremos qué otras opciones tenemos.

Fíjate que la discusión no ha terminado, sino que se ha pospuesto para otro momento. Entretanto, los hermanos se han venido a dar cuenta de las necesidades del otro. Luis puede haberse dado cuenta de que Jorge necesita más recursos financieros, y Jorge se ha dado cuenta del componente emocional en la postura de Luis. Si no hubieran sido ambos buenos argumentadores, la discusión habría terminado a gritos; pero cada uno de ellos se abrió al otro, y los dos aprendieron de la interacción.

Es prácticamente imposible predecir cómo discurrirá un argumento. Las variables son demasiado numerosas: ¿son los argumentadores agresivos o cooperadores?, ¿es la discusión una investigación, un diálogo de persuasión, una negociación o, como en muchos casos, una mezcolanza de los tres tipos?, ¿tienen los argumentadores entrenamiento?, ¿tienen ambas partes familiaridad con la estructura de los argumentos, las falacias y los signos distintivos de la confiabilidad de un argumento?, ¿tienen el deseo de ser heurísticos?, ¿la voluntad de cambiar?, ¿apertura a otras ideas y a opciones alternativas? La lista podría continuar indefinidamente.

Lo más importante que puedes hacer en una discusión es escuchar y prestar atención a lo que se dice, cómo se dice y a lo que no se está diciendo. Debes aplicar las herramientas que aprendiste aquí y en otros cursos, para que se vuelvan naturales y automáticas. Como vimos arriba, argumentar es como conducir un coche: cuando manejas por primera vez tienes que poner atención a muchas cosas, pero luego de un rato se vuelven automáticas y difícilmente piensas en ellas siquiera. Tus respuestas se incorporan a ti: de allí que un conductor experimentado puede hacer una parada de emergencia, dar un giro y evitar un árbol todo al mismo tiempo en una fracción de segundo.

No siempre argumentarás bien. Yo ciertamente no siempre lo hago. Pero si la voluntad de hacerlo está presente, entonces al menos es posible e incluso probable que se dé. Si no hay voluntad, seguro no se dará. Así pues, recuerda que lo que quieres es ser un argumentador ideal y, una vez más, a pesar de todo podrías estar equivocado.

Parte 1

Inventa un argumento que pueda usarse en al menos dos discusiones diferentes. ¿Cómo es que la discusión cambia el sentido e importancia del argumento?

Si un argumento utiliza las mismas palabras en dos lugares de una discusión, ¿tendrá siempre el mismo significado?, ¿tendrá el mismo impacto argumentativo?

¿Cuántos significados diferentes se te ocurren para la respuesta “sí” y “estupendo”? ¿Qué es lo que cambia el significado?

Ejercicio para hacer con un compañero:

Uno de ustedes debe encontrar una proposición irrefutable. El otro debe encontrar un argumento que la pone en duda. ¿Pueden ustedes encontrar algo —aparte de una tautología, es decir, una verdad lógica o una definición— que no se pueda cuestionar?

En la serie de televisión Viaje a las estrellas, el personaje del Señor Spock viene del planeta Vulcano. Eso significa que no puede expresar emociones humanas ni reaccionar a ellas. ¿Con quién te gustaría discutir, con el Señor Spock de Vulcano o con el Capitán Kirk de la Tierra? ¿Por qué?

Considera tu respuesta al ejercicio 5. ¿Crees que siempre será la misma respuesta o que podría variar dependiendo del tema o del contexto?

Describe las reglas que usas cuando discutes con un amigo. Luego describe las reglas que sigues cuando discutes con un jefe o un profesor u otra persona en una posición de autoridad. ¿Cuáles son las diferencias? ¿Son siempre las mismas? ¿Pueden cambiar con el tiempo?

Utilicemos el ejemplo de Cosméticos Pandora (§1.2). Haz una lista de los distintos argumentos que podrían surgir en el curso de una discusión. Compara

tu lista con la de un compañero. ¿Qué te dicen las diferencias en las listas?

Rafa y Toño están discutiendo sobre la importancia de cuidar los términos en un documento legal mexicano. En el curso de la discusión, Rafa señala que en España hay reglas formales para construir oraciones. ¿Cuál de las siguientes respuestas de Toño a ese señalamiento de Rafa indica cambio de etapa?

—¿Y a quién le importa eso?

—Eso es un mito.

—¡Al diablo con todo eso! —y Toño se larga sin decir más.

Luis y Jorge, hijos del fundador de Cosméticos Pandora, discuten el problema de subcontratación mencionado arriba (§1.2). Quieren ambos tener una investigación heurística de la mejor manera posible. Cada estudiante elige un compañero, adoptan los roles y hacen lo siguiente:

Escriben una lista de todos los puntos susceptibles de controversia.

De esa lista, hay que escoger dos puntos. Para cada punto hay que escribir una lista de todos los argumentos en pro y en contra. El procedimiento es como sigue: se toma el primer punto, y entonces quien tiene el rol de Luis escribe todos los argumentos en pro que se le ocurran para la posición de Luis; al mismo tiempo quien tiene el rol de Jorge hace otro tanto para la posición de Jorge. Luego cada uno escribe los argumentos en contra de la posición opuesta (quien juega a Luis contra Jorge y quien juega a Jorge contra Luis). Después se repite esto para el segundo punto en disputa que se haya escogido. ¿Qué tan difícil resultó hacer esto? ¿Te sientes atraído a una posición o a la otra?

Para los ejercicios 11-13 a continuación, tú y un compañero deben escribir un

informe sobre una negociación. Este informe debe incluir los siguientes puntos:

El tema de la negociación.

Investigación de materiales relevantes.

Hacer un primer borrador.

Revisar el borrador en cuanto a

Contenido

Ortografía

Sintaxis

Tras la revisión escribir un segundo borrador.

Utilizando las instrucciones anteriores, debes decidir cuáles de los cinco puntos quieres hacer tú. Con tu compañero negocia tratando de lograr que te toque hacer las partes que quieres hacer y solamente esas partes. Sé erístico, es decir, trata de conseguir lo que quieres sin preocuparte por los fines o sentimientos de tu compañero.

Utilizando el mismo formato de reporte, emprende ahora una investigación heurística. Comienza por aclarar qué quieres y por qué. Se deben turnar para explicar al otro por qué si se hacen ciertas partes del informe, el resultado será un mejor informe.

Hecho todo eso, escriban el informe sobre el proceso.

Al tiempo que aumentan el nivel heurístico con cada turno de habla, ten un diálogo de persuasión con tu compañero sobre cada uno de las proposiciones siguientes. Recuerda que al principio hay que adoptar un enfoque erístico y luego ir modificándolo para aumentar el nivel heurístico del diálogo.

1 + 1 no es siempre igual a 2.

Las mujeres deben hacer más tareas domésticas que los hombres.

Los viejos son más sabios que los jóvenes.

Estudiar argumentación es una pérdida de tiempo.

Considera de nuevo el último ejercicio y vuelve a examinar el proceso seguido en (b), (c) y (d). ¿Dónde ocurrió (si es que ocurrió) un giro en el diálogo? ¿Cómo fue que ocurrió? ¿Cómo impactó el giro a la negociación?

Parte 2

Haz una lista de conocidos. ¿Quiénes son las personas con las que tienes discusiones de forma regular? Ordena la lista por orden de frecuencia.

Utilizando la lista del ejercicio 1, describe los diferentes contextos en que transcurren esos diálogos. ¿Cómo impacta el contexto a la discusión?

Con referencia al ejemplo del Campamento de Jorge (§2.1), un compañero y tú deben hacer por separado listas de opciones respecto a cómo va a pasar Jorge el verano, procurando que esas listas sean aceptables para Lucía. Cuando las hayan terminado, compárenlas. ¿Cuál de ellas satisfaría también a Rogelio?

Un compañero y tú deben adoptar los roles de Lucía y Rogelio. En pequeñas papeletas escriban las palabras “lógico”, “emocional”, “visceral” y “kisceral”, hasta que tengan cuatro papeletas para cada modo de argumentar. Dóblenlas y colóquenlas en una cajita. Luego consideren de nuevo El campamento de Jorge y, utilizando las listas obtenidas en el ejercicio 3, construyan un argumento según el modo de argumentar que saquen de la cajita y preséntenlo oralmente a su contraparte. El receptor de cada argumento registrará por escrito el contenido del mismo, pero no revelará todavía en este ejercicio sus notas.

¿Qué diferencias ocurren? ¿Te pareció más cómodo algún modo particular de argumentar que el otro cuando fue tu turno? Y como receptor de argumentos, ¿cómo te sentiste y cuál argumento te pareció mejor?

Los jugadores intercambian las notas hechas en el ejercicio 4 de los argumentos presentados por su contraparte. ¿La descripción del argumento que hizo su compañero corresponde al argumento que construyó cada uno? Discutan entre ustedes las diferencias. Discutan también por qué la descripción del compañero no corresponde al mensaje transmitido.

Sigamos con los resultados del ejercicio 3, pero ahora hay que hacer lo siguiente: toma cada una de las opciones alternativas y, con tu compañero, haz una lista de aspectos en los que ambos están de acuerdo.

Tomemos ahora el ejemplo de La inspección (§2.4). Uno de los dos compañeros jugará a ser el vicepresidente de la empresa y el otro a ser la gerente de planta. Continúen la discusión cambiando el grado en que son agresivos o agradables; y cambien también los niveles de gusto por discutir. Fíjense en lo que ocurre y especialmente en qué tan difícil o disfrutable se vuelve la discusión.

En este ejercicio vamos a jugar con los estereotipos de género. Uno de los dos va a adoptar el rol masculino y otro el femenino. El rol femenino evitará discutir, evitará conflictos y estará ansioso de mantener positiva la relación. El rol masculino será más agresivo, más preocupado de la jerarquía y más empeñado en resolver el problema. Utilizando de nuevo el ejemplo de La inspección, actuén según estos dos roles. ¿Qué diferencias se manifiestan? Finalmente, ¿conoces a alguien que corresponda a estos estereotipos?

Parte 3

Un compañero y tú deben fingir que no se conocen. Van a discutir sobre comer carne. En cada uno de los casos siguientes, fíjense de qué manera aparece la información y cómo a partir de ella la discusión se comporta de manera diferente. ¿Qué has aprendido de tu interlocutor? ¿Cómo las diferentes razones te proporcionan información acerca de la persona con la que te estás comunicando? (Hagan notas, porque volveremos sobre esta discusión más adelante.)

Uno de los dos se opone al consumo de carne por razones éticas.

Ahora uno de los dos se opone por razones religiosas.

Finalmente, uno de los dos se opone por razones médicas.

Seleccionen uno de los escenarios en el ejercicio 1 y sostengan una discusión en que uno de ustedes se resiste a dar la razón para su postura. ¿En qué se distingue esta discusión de la otra? ¿Notan alguna frustración?

Piensa en personas que conozcas. ¿Quién es la más sensible? ¿Quién la menos sensible? ¿En qué las hace esto diferentes? ¿Cuál de ellas parece comunicarse mejor? ¿Por qué?

Haz una lista de 15 creencias que tengas, yendo de la más fuerte (por ejemplo, que la luz de mi escritorio está prendida) hasta la menos fuerte (por ejemplo, que el martes de la próxima semana voy a ir a que me corten el pelo). Ahora revisa la lista y vuelve a pensar cuál de esas creencias podría (no digo más que podría) estar equivocada. Discute con un compañero aquellas que sigues considerando absolutamente necesarias.

Una de las maneras en que obreros que protestan a veces dan a entender el punto

que les interesa es mediante una táctica que se llama “trabajar según el contrato” (es decir, no hacer en el trabajo sino lo que está estrictamente especificado en sus contratos). ¿Qué nos dice esto acerca de la diferencia entre la manera en que las reglas dicen que el mundo funciona y la manera en que realmente funciona? ¿Habrá una sola manera de trabajar según el contrato?

Reflexiona en las discusiones de los ejercicios 1 y 2. ¿Qué reglas se siguieron y qué reglas se violaron? ¿Qué diferencias hay entre las reglas usadas en el ejercicio 1 y las del ejercicio 2?

Piensa en discusiones acerca de plazos de entrega y lo importantes que son. Considera los siguientes casos. Di si las reglas en cada caso difieren y cómo.

Estás discutiendo con tu madre.

Eres un jefe y discutes esto con alguien de tu equipo de trabajo.

Discutes con un amigo que prometió hacer reservaciones.

Con un compañero haz una lista de 10 enunciados absurdos, del tipo de “Se debería permitir el matrimonio entre perros”. Para cada enunciado, uno de ustedes dos debe hacerlo suyo y su interlocutor debe encontrar aspectos del tema con los que pudiera estar de acuerdo.

Escribe una lista de las características de tu interlocutor ideal en una discusión. Compáralo con otros. ¿Cuáles rasgos son universales? ¿Cuáles son únicos?

Este ejercicio requiere tres personas. Con un compañero y un observador escoge un tema. Podrías elegir:

Los Óscares son una completa pérdida de tiempo.

A todo mundo le deberían dar tres meses de vacaciones pagadas cada cinco años.

La educación universitaria debería ser gratuita en cualquier universidad que elija uno.

Sin dejar de prestar atención a la lista de características de tu interlocutor ideal que hiciste para el ejercicio 9, conduce con tu compañero una discusión de forma tal que el observador pueda detenerte cada vez que violes una de las reglas que elegiste.

Este ejercicio utilizará el estudio de casi La producción (§3.7). Para actuarla se necesitan tres personas, pero si falta tiempo se puede hacer como ejercicio escrito individual. Sigue el caso hasta la última intervención de Josefina, justo antes de que Paco exprese su acuerdo con ella. La cosa iría así:

—Además —añade Josefina—, si la producción se hace más lenta, tardaremos más días y ellos ganarán aún más dinero.

Aquí se produce el cambio. Tú eres uno de los actores, que de casualidad vas pasando en ese momento.

—Shhh —le susurra Michelle a Paco.

—Hola —dices tú—, ¿cómo va todo?

—Estábamos discutiendo los teleprompters —te contesta Josefina y te resume brevemente la discusión.

Caso A. Tú quieres que pongan esos teleprompters, porque sientes que el vocabulario técnico está arruinando las actuaciones y lo que te importa son los resultados. ¿Cómo continuarías el argumento?

Caso B. Pasando este contrato, no tienes nada que hacer, de forma que te gustaría que durara lo más posible. En este caso, puedes ser erístico.

¿Qué diferencias notas como resultado en el cambio de los fines? ¿Cómo

difieren los dos argumentos? Pon por escrito tus ideas.

Este ejercicio requiere dos personas. Volviendo al ejemplo de Cosméticos Pandora (§3.7), imagina que tú y tu compañero son Laura, la esposa de Luis, y Natalia, la novia de Jorge. A Laura le encanta la vida en su comunidad, pero Natalia no está dispuesta a sentar cabeza y disfruta mucho del modo de vida de la Ciudad de México. Además, tiene su propia carrera como diseñadora de una revista. Vuelve a leer la discusión sobre las diferencias de género en la argumentación (§2.5) y con tu compañero sostén una discusión según las circunstancias que se describen a continuación.

Caso A. Cada uno de ustedes está tratando de conseguir lo que quiere. Es un diálogo de persuasión y se puede ir del extremo heurístico al extremo erístico.

Caso B. Ambos están haciendo un esfuerzo enorme por mantener una investigación heurística. ¿Pueden ustedes llegar a resolver el desacuerdo?

Cada uno de los interlocutores debe escribir un resumen de la discusión. ¿En qué se distinguen los dos casos? ¿En qué difieren los resultados obtenidos?

Hay muchos libros sobre pensamiento crítico y lógica informal, y la mayoría de ellos son útiles. La lista que presento aquí se refiere a textos más orientados hacia la teoría de la argumentación, aunque incluyo algunos textos tradicionales para redondear.

Los textos más fáciles

Battersby, Mark (

2010). Is that a fact? Peterborough, Ontario, y Buffalo,

NY

: Broadview Press.

Bickenbach, Jerome Edmund, y Davies, Jacqueline MacGregor (

1997). Good reasons for better arguments: an introduction to the skills and values of critical thinking. Peterborough, Ontario: Broadview Press.

Gilbert, Michael A. (

2008). How to win an argument: Surefire strategies for getting your point across. 3ª edición. Lanham,

MD

: University Press of America. [La 1ª edición es de 1978, la 2ª de 1995. Traducción al español de la 2ª edición: Cómo convencer: Guía práctica para triunfar en una discusión, Bilbao, Ediciones Deusto, 1999.]

Govier, Trudy (

2013). A practical study of argument. 7ª edición. Belmont,

CA

: Wadsworth Cengage Learning. [La 1ª edición es de 1985.]

Groarke, Leo, y Tindale, Christopher W. (

2003). Good reasoning matters! A constructive approach to critical thinking. Toronto y Nueva York: Oxford University Press.

Saindon, Jean Emmett; Krek, Peter John, y Saindon, Jean Emmett (

2014). Critical thinking: argument and argumentation. 2ª edición. Toronto: Nelson Education.

Tindale, Christopher W. (

2004). Rhetorical argumentation: Principles of theory and practice. Thousand Oaks,

CA

: Sage Publications.

Textos algo más difíciles

Avtgis, Theodore A., y Rancer, Andrew S. (

2010). Arguments, aggression, and conflict: New directions in theory and research. Nueva York: Routledge.

Eemeren, Frans van, y Grootendorst, Rob (

1992). Argumentation, communication, and fallacies: A pragma-dialectical perspective. Hillsdale,

NJ

: Lawrence Erlbaum. [Traducción española de Celso López y Ana María Vicuña: Argumentación, comunicación y falacias: una perspectiva pragma-dialéctica, Santiago de Chile, Ediciones Universidad Católica de Chile, 2002.]

Eemeren, Frans van, y Grootendorst, Rob (

2004). A systematic theory of argumentation: The pragma-dialectical approach. Nueva York: Cambridge University Press. [Traducción española de Celso López y Ana María Vicuña: Una teoría sistemática de la argumentación: La perspectiva pragma-dialéctica, Buenos Aires, Editorial Biblos, 2011.]

Eemeren, Frans van; Grootendorst, Rob, y Snoeck Henkemans, A. Francisca (

1996). Fundamentals of argumentation theory: A handbook of historical backgrounds and contemporary developments. Mahwah,

NJ

: Lawrence Erlbaum.

Gilbert, Michael A. (

1997). Coalescent argumentation. Mahwah,

NJ

: Routledge.

Hamblin, Charles L. (

1970). Fallacies. London: Methuen. [Traducción al español de Hubert Marraud: Falacias, Lima, Palestra Editores, 2016.]

Hample, Dale (

2005). Arguing: Exchanging reasons face to face. Mahwah,

NJ

: Lawrence Erlbaum.

Johnson, Ralph H. (

2000). Manifest rationality: A pragmatic theory of argument. Mahwah,

NJ

, y Londres: Lawrence Erlbaum.

Perelman, Chaim (

1977). L’empire rhétorique: Rhétorique et argumentation. París: Vrin. [Traducción española de Adolfo León Gómez Giraldo: El imperio retórico: Retórica y argumentación, Barcelona, Buenos Aires, etc.: Grupo Editorial Norma, 1997.]

Rancer, Andrew S., y Avtgis, Theodore A. (

2006). Argumentative and aggressive communication: Theory, research, and application. Thousand Oaks,

CA

: Sage Publications.

Tindale, Christopher W. (

1999). Acts of arguing: A rhetorical model of argument. Albany,

NY

: State University of New York Press.

Walton, Douglas (

1998). The new dialectic: Conversational contexts of argument. Toronto: University of Toronto Press.

Willard, Charles A. (

1989). A theory of argumentation. Tuscaloosa: University of Alabama Press.

Algunos libros en español

(añadidos a esta edición)

Bermejo Luque, Lilian (

2014). Falacias y argumentación. Madrid y México: Plaza y Valdés.

Leal Carretero, Fernando; Ramírez González, Carlos Fernando, y Favila Vega, Víctor Manuel,

coords. (2010). Introducción a la teoría de la argumentación. Guadalajara: Editorial Universitaria.

Leal Carretero, Fernando, coord. y trad. (2015). Argumentación y pragma-dialéctica: Estudios en honor a Frans van Eemeren. Guadalajara: Editorial Universitaria.

Marafioti, Roberto, coord. (2007). Parlamentos: Teoría de la argumentación y debate parlamentario. Buenos Aires: Editorial Biblos.

Marafioti, Roberto, coord. (2010). Teoría de la Argumentación: 50 años después de Perelman y Toulmin. Buenos Aires: Editorial Biblos.

Marraud, Hubert (

2007). Methodus argumentandi. Madrid: Ediciones

UAM

.

Marraud, Hubert (

2013). ¿Es lógic@? Análisis y evaluación de argumentos. Madrid: Cátedra.

Pereda, Carlos (

1987). Debates. México: Fondo de Cultura Económica.

Pereda, Carlos (

1994). Vértigos argumentales. Barcelona: Anthropos.

Pereda, Carlos (

1994). Razón e incertidumbre. México: Siglo

XXI

.

Santibáñez Yáñez, Cristián, y Riffo Ocares, Bernardo, coords. (

2007). Estudios en argumentación y retórica: Teorías contemporáneas y aplicaciones. Concepción, Chile: Editorial Universidad de Concepción.

Vega Reñón, Luis, y Olmos, Pauls, coords. (2011). Compendio de lógica, argumentación y retórica. Madrid: Editorial Trotta.

Vega Reñón, Luis (

2003). Si de argumentar se trata. Barcelona: Montesinos.

Vega Reñón, Luis (

2013). La fauna de las falacias. Madrid: Editorial Trotta.

Vega Reñón, Luis (

2015). Introducción a la teoría de la argumentación: Perspectivas y problemas. Lima: Editorial Palestra.

Revistas

Las revistas más importantes en el campo de la argumentación incluyen las siguientes (por orden cronológico de aparición del primer número):

Argumentation and Advocacy

Taylor y Francis,

ISSN

0051-1431.

Revista estadounidense que se publica en inglés desde 1964 (originalmente bajo el nombre de Journal of the American Forensic Association).

Philosophy y Rhetoric

Penn State University,

ISSN

0031-8213.

Revista estadounidense que se publica en inglés desde 1968.

Informal Logic

University of Windsor,

ISSN

0824-2577.

http://ojs.uwindsor.ca/ojs/leddy/index.php/informal_logic

Revista electrónica canadiense que se publica en inglés desde 1978.

Argumentation

Springer,

ISSN

0920-427X

Revista holandesa que se publica en inglés desde 1987.

Journal of Argumentation in Context

John Benjamins,

ISSN

2211-4742.

Revista holandesa que se publica en inglés desde 2012.

Entre las revistas de argumentación en el mundo de habla hispana están (también en orden cronológico):

Cogency: Journal of Reasoning and Argumentation

Universidad Diego Portales

ISSN

0718-8285.

Revista chilena que publica artículos en inglés y en español desde 2009.

Revista Iberoamericana de Argumentación (

RIA

)

Universidad Nacional de Educación a Distancia,

ISSN

2172-8801

http://revistas.uned.es/index.php/

RIA

. Revista electrónica española que publica artículos en español desde 2010.

Quadripartita Ratio: Revista de Retórica y Argumentación (

QR

)

Universidad de Guadalajara,

ISSN

2448-6485,

http://www.revistascientificas.udg.mx/index.php/

CRRAR

.

Revista electrónica mexicana que publica artículos en español y en inglés desde 2016.

Brockriede, Wayne (

1972). Arguers as lovers. Philosophy y Rhetoric 5 (1): 1-11.

Damasio, Antonio R. (

1994). Descartes' error: emotion, reason, and the human brain. Nueva York: G.P. Putnam.

DNA

(

2012). Train. In Collins English Dictionary – Complete y Unabridged 10th Edition, ed Dictionary.com. http://dictionary.reference.com/browse/train: HarperCollins Publishers (consultada el 19 de julio de 2012).

Edwards, Keith E., y Jones, Susan R. (

2009). "Putting my man face on": A grounded theory of college men's gender identity development. Journal of College Student Development 50 (2): 210-228.

Eemeren, Frans van; Grootendorst, Rob, y Snoeck Henkemans, A. Francisca (

1996). Fundamentals of argumentation theory: A handbook of historical backgrounds and contemporary developments. Mahwah,

NJ

: Lawrence Erlbaum.

Fisher, Roger, y Ury, William (

1981). Getting to yes: Negotiating agreement without giving in. Boston: Houghton Mifflin.

Frodi, A., Macaulay, J., y Thome, P. R. (

1977). Are women always less aggressive than men? Psychological Bulletin 84 (4): 634-660.

Gilbert, Michael A. (

1994). What is an emotional argument, or, Why do argumentation theorists argue with their mates? Proceedings of the Third Conference of the International Society for the Study of Argumentation, Amsterdam, 1995. [Traducción española de Federico Marulanda y Natalia Luna en Introducción a la teoría de la argumentación, coord. por F. Leal, C. F. Ramírez y V. M. Favila, pp. 61-72, Guadalajara, Editorial Universitaria, 2010.]

Gilbert, Michael A. (

1997). Coalescent argumentation. Mahwah,

NJ

.: Routledge.

Gilbert, Michael A. (

2001). Emotional messages. Argumentation 15 (3): 239-249.

Gilbert, Michael A. (

2007). Natural normativity: Argumentation theory as an engaged discipline. Informal Logic 27 (2): 149-161.

Gilbert, Michael A. (

2008). How to win an argument: Surefire strategies for getting your point across. 3ª edición. Lanham,

MD

: University Press of America. [La 1ª edición es de 1978, la 2ª de 1995. Traducción al español de la 2ª edición: Cómo convencer: Guía práctica para triunfar en una discusión, Bilbao, Ediciones Deusto, 1999.]

Habermas, Jürgen (

2008). Conciencia moral y acción comunicativa. Traducción de Ramón Cotarelo García. Madrid: Editorial Trotta. [La edición original alemana es de 1983.]

Hample, Dale (

2007). The Arguers. Informal Logic 27 (2): 163-178.

Hample, Dale, y Cionea, Ioana A. (

2010). Taking conflict personally and its connections with aggression. En Arguments, aggression, and conflict: new directions in theory and research, coordinado por Theodore A. Avtgis y Andrew S. Rancer, 372-387. Nueva York: Routledge.

Infante, Daniel A., Rancer, A. S., y Jordan, F. F. (

1996). Affirming and nonaffirming style, dyad sex, and the perception of argumentation and verbal aggression in an interpersonal dispute. Human Communication Research 22 (3): 315-334.

Johnson, Ralph H. (

2000). Manifest rationality: A pragmatic theory of argument. Mahwah,

NJ

, y Londres: Lawrence Erlbaum.

Lakoff, Robin T. (

1990). Talking power: The politics of language in our lives. Nueva York: Basic Books.

Maltz, Daniel, y Borker, Ruth (

1982). A cultural approach to male-female communication. En Language and social identity, coordinado por J. J. Gumperz. Nueva York: Cambridge University Press.

O’Keefe, Daniel J. (

1977). Two concepts of Argument.

JAFA

: Journal of the American Forensic Association 13 (3): 121-128.

Perelman, Chaïm, y Olbrechts-Tyteca, Lucie (

1958). Traité de l’argumentation: La nouvelle rhétorique. París: Presses Universitaires de France. [Traduccción española de Julia Sevilla Muñoz: Tratado de la argumentación: La nueva retórica, Madrid, Editorial Gredos, 1989.]

Perelman, Chaim (

1977). L’empire rhétorique: Rhétorique et argumentation. París: Vrin. [Traducción española de Adolfo León Gómez Giraldo: El imperio retórico: Retórica y argumentación, Barcelona, Buenos Aires, etc.: Grupo Editorial Norma, 1997.]

Popper, Karl R. (

1979). Objective knowledge: An evolutionary approach. Oxford: Clarendon Press. [Traducción al español: Conocimiento objetivo: un enfoque evolucionista, Madrid, Tecnos, 1989.]

Rancer, Andrew S., y Avtgis, Theodore A. (

2006). Argumentative and aggressive communication: Theory, research, and application. Thousand Oaks,

CA

: Sage Publications.

Richmond, Virginia P., y McCroskey, James C. (

2010). Tolerance for disagreement. En Arguments, aggression, and conflict: New directions in theory and research, coordinado por Theodore A. Avtgis y Andrew S. Rancer, 359-371. Nueva York: Routledge.

Sosa, David (

2006). Scepticism about intuition. Philosophy: The Journal of the Royal Institute of Philosophy 81 (318): 633-647.

Tannen, Deborah (

1990). You just don’t understand: Women and men in conversation. Nueva York: Morrow. [Traducción al español de Adelaida Susana Ruiz: Tú no me entiendes: Por qué es tan difícil el diálogo hombre-mujer, Buenos Aires, Javier Vergara Editor, 1991.]

Tindale, Christopher W. (

1999). Acts of arguing: A rhetorical model of argument. Albany: State University of New York Press.

Tindale, Christopher W. (

2004). Rhetorical argumentation: Principles of theory and practice. Thousand Oaks,

CA

: Sage Publications.

Tindale, Christopher W. (

2006). Constrained maneuvering: Rhetoric as a rational enterprise. Argumentation 20 (4): 447-466.

Trapp, Robert, y Huff, Nancy (

1985). A model of serial argument in interpersonal relationships.

JAFA

: Journal of the American Forensic Association 22 (1).

Walton, Douglas (

1998). The new dialectic: Conversational contexts of argument. Toronto: University of Toronto Press.

Walton, Douglas, y Krabbe, Eric C. W. (

1995). Commitment in dialogue: Basic concepts of interpersonal reasoning. Albany: State University of New York Press.

Wenzel, Joseph (

1979). Perspectives on argument. Summer Conference on Argumentation.

Willard, Charles A. (

1978). A reformulation of the concept of argument: The constructivist/interactionist foundations of a sociology of argument." Journal of the American Forensic Association 14: 121-140.

Willard, Charles A. (

1989). A theory of argumentation. Tuscaloosa: University of Alabama Press.

Argumentando se entiende la gente

se terminó de editar en noviembre de 2017

en las oficinas de Editorial Universitaria

José Bonifaci0 Andrada 2679, Lomas de Guevara, 44657

Guadalajara, Jalisco